

Strategische Gruppen in China und Vietnam: der Fall der Privatunternehmer ; ein Beitrag zur Konzeptdiskussion

Heberer, Thomas

Veröffentlichungsversion / Published Version

Arbeitspapier / working paper

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Heberer, T. (2000). *Strategische Gruppen in China und Vietnam: der Fall der Privatunternehmer ; ein Beitrag zur Konzeptdiskussion*. (Working Paper / Universität Bielefeld, Fakultät für Soziologie, Forschungsschwerpunkt Entwicklungssoziologie, 333). Bielefeld: Universität Bielefeld, Fak. für Soziologie, Forschungsschwerpunkt Entwicklungssoziologie. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-422300>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.



Universität Bielefeld

Fakultät für Soziologie

**Forschungsschwerpunkt
Entwicklungssoziologie**

**Sociology of Development
Research Centre**

Universität Bielefeld - Postfach 100131 - 33501 Bielefeld, Germany / Telefon (0521) 106-4650/4221, Fax (0521) 106-2980
<http://www.uni-bielefeld.de/sdrc>, E-Mail: sdrc@uni-bielefeld.de

Working Paper N° 333

Strategische Gruppen in China und Vietnam: Der Fall der Privatunternehmer. Ein Beitrag zur Konzeptdiskussion

Thomas Heberer

Bielefeld 2000

ISSN 0936-3408



Strategische Gruppen in China und Vietnam: Der Fall der Privatunternehmer Ein Beitrag zur Konzeptdiskussion

Thomas Heberer

1. Einleitung

In den letzten Jahren ist die Rolle von Unternehmern in Entwicklungs- und Transformationsprozessen zu einem wichtigen Forschungsthema nicht nur in den Wirtschafts-, sondern auch in den Sozialwissenschaften geworden.¹ Dazu hat einmal der Umbruch in Osteuropa beigetragen.² So hat etwa Ivan Szelenyi³ das Wiederauftreten von Unternehmern am Beispiel Ungarns untersucht, eine Studie von Lageman, Friedrich, Döhrn et al.⁴ die Wiederentstehung eines Unternehmertums in Polen, Ungarn, der Tschechischen und der Slowakischen Republik. Zum zweiten hat die rasche Wirtschaftsentwicklung in Ostasien in den 80er und 90er Jahren die Frage aufkommen lassen, inwieweit das Entstehen einer Unternehmerschaft für diese Entwicklung von entscheidender Bedeutung gewesen ist, was die Voraussetzungen für die Herausbildung dieser Unternehmerschaft waren und welche Funktion dieser soziale Akteur über wirtschaftliche Momente hinaus für gesellschaftliche und politische Veränderungsprozesse besitzt.⁵ Die Diskussion darüber wurde u.a. durch die Erörterung über die Herausbildung und die gesellschaftlich-politische Funktion einer "neuen Mittelklasse" stimuliert, wobei gerade auch der neuen Unternehmerschaft ein signifikantes Veränderungspotential zugesprochen wurde.⁶ Allerdings wird der Einfluss von Mittelklassen bzw. von Unternehmern für politischen Wandel partiell überschätzt. Es gibt innerhalb dieser sozialen Gruppen nicht nur unterschiedliche politische Haltungen und Ziele, vielmehr scheint das Unternehmertum unter autoritären politischen Verhältnissen weniger politisch *zielgerichtet* zu agieren als vielmehr durch informelle Formen der Partizipation sowie durch *potentielle Einflüsse* horizontaler (d.h. innerhalb der Gruppe), vertikaler (Durchsickern von Einflüssen der ökonomischen Elite Unternehmerschaft auf andere Gruppen) und interpersonaler Art, die einen Wandel der Werte, Einstellungen sowie des Sozial- und Konsumverhaltens begünstigen und damit den Wandel der Gesellschaft als solcher.

Die folgende Darstellung basiert auf den Ergebnissen einer Untersuchung über die sozialen und politischen Funktionen der neuen Privatunternehmerschaft in China und Vietnam. Im Rahmen dieses von der DFG geförderten Projektes wurden 1996/97 in drei chinesischen und drei vietnamesischen Provinzen mehrere hundert Unternehmer quantitativ und qualitativ befragt. Die Ergebnisse dieser Untersuchung sind Teil des Bandes "Unternehmer als Strategische Gruppe. Zur sozialen und politischen Funktion von Unternehmern in China und Vietnam", der Ende 2000 in der Schriftenreihe des Instituts für Asienkunde Hamburg erscheint.

¹ Vgl. Birley/Macmillan 1995 und 1997; Burns/Dewhurst 1996.

² Heinrich 1992 und 1994; Bieszcz-Kaiser 1994; Wright et al. 1996; Lissjutkina 1997; Engerer 1997; Siehl 1998; Zschoch 1998.

³ Szelenyi 1988.

⁴ Lageman, Friedrich, Döhrn et al. 1994.

⁵ So z.B. Lütkenhorst/Reinhardt 1993; Sloane 1999.

⁶ Vgl. auch Chen/Evers 1978; Hsiao 1993; Robison/Goodman 1996; Jones 1998; Rüland 1999: 54ff.; kritisch setzen sich besonders Bell/Brown et al. 1995 damit auseinander.

2. Unternehmerschaft als Elite

Mit der neuen Unternehmerschaft in China und Vietnam ist eine neue Elite entstanden, deren soziale und politische Funktion in sozialen Wandlungsprozessen bislang ungenügend untersucht wurde. Gehen wir von den Kriterien für die Bestimmung einer "Elite" aus, etwa dass sie Ergebnis eines Ausleseprozesses oder eine positiv bewertete Minderheit ist und dass sie sich von anderen gesellschaftlichen Gruppen durch besondere Qualifikationen, Ressourcen, Leistungen oder soziale Funktionen abhebt, dann lässt sich der Elitestatus der chinesischen und vietnamesischen Unternehmer nach folgenden Parametern bestimmen:

- Von großen Teilen der Bevölkerung wird ihnen inzwischen eine führende Rolle im ökonomischen Sozialsegment (Einkommen, Status) zuerkannt.
- Als eines der sozialen Berufsvorbilder prägen sie Normen und Werte der Gesellschaft mit.
- Sie beeinflussen die Veränderungen der ökonomischen, sozialen und politischen Strukturen sowie des Schichtengefüges.
- Sie tragen bei zur Veränderung der Rahmenbedingungen des sozialen Systems.
- Sie sehen sich selbst als (ökonomische) Elite mit gesellschaftlicher Vorbildfunktion.

Wir konzentrieren uns hier auf Funktionseliten im Sinne von heterogenen Gruppen, die soziale Zielsetzungen formulieren und realisieren können, in diesem Sinne also *strategisch* wirken. Dabei repräsentieren die leitenden Funktionäre (in Partei und Verwaltung) die herrschende *politische* Elite, während aufstrebende Privatunternehmer eine neue *ökonomische* Elite bilden. Zwischen politischer und ökonomischer Elite findet ein begrenzter personeller Austausch statt, insbesondere indem Kader in den Privatsektor überwechseln. Im Zuge der Privatisierungsprozesse kommt es darüber hinaus auch zu einer partiellen Identität zwischen beiden Eliten, da Kader partiell gleichzeitig in der Privatwirtschaft tätig sind.

Bei der Unternehmerschaft handelt es sich nicht um die *Macht-* oder *politische* Elite, sondern um eine nicht-herrschende *Funktionselite* mit wichtiger Bedeutung für das Funktionieren und die Veränderung einer Gesellschaft und ihrer Subsysteme.⁷ Funktionell ist sie zugleich *Leistungselite*, nicht nur, weil sie sich durch berufliche und gesellschaftliche Leistungen legitimieren muss, sondern auch weil sie unternehmerische Leistungen im Sinne eines signifikanten Beitrags zur wirtschaftlichen Entwicklung erbringt. Sie ist zudem *potentielle Elite*, weil ihr gesellschaftliches Funktions-, Leistungs- und Veränderungspotential sich noch in einem relativ frühen Entwicklungsstadium befindet. Weil die Unternehmerschaft nicht alleinige ökonomische Elite ist, sondern dazu auch Manager größerer staatlicher und kollektiver Betriebe zählen, handelt es sich um eine wirtschaftliche *Teilelite*.

Bei der Bestimmung als Elite geht es uns zunächst nur darum, den herausgehobenen Status dieser Gruppe im Prozess des wirtschaftlichen und sozialen Wandels zu dokumentieren. Dies sagt noch nichts aus über die Ziel- oder kollektive Handlungsorientiertheit, die etwa den Klassenbegriff oder den Terminus der *strategischen Gruppe* charakterisiert.

Das Erkenntnisinteresse unserer Untersuchung gilt primär den Unternehmern als gesellschaftlichen Akteuren, wobei wir nach Gemeinsamkeiten als Voraussetzungen für politisches Agieren suchen, ohne dass wir diesem Akteur a priori einheitliches Denken und Handeln im Sinne eines kollektiven Akteurs unterstellen. Wir gehen von der These aus, dass Unternehmer im Zuge der Reformprozesse ökonomisch eine zunehmend wichtigere Rolle

⁷ Dazu auch: Endruweit 1986.

spielen. Der Privatsektor weist die höchsten Zuwachsraten auf und entwickelt sich zum wichtigsten Beschäftigungskanal. Einkommensmäßig nehmen die Unternehmer einen Spitzenplatz in der Gesellschaft ein. Allmählich steigt damit nicht nur ihr ökonomisches, sondern auch ihr soziales Prestige. Uns interessiert also die grundsätzliche Frage, wie sich Unternehmerakteure verhalten und wie sie sich handlungstheoretisch verorten lassen. Dabei stehen folgende Grundfragen im Mittelpunkt:

1. Inwieweit handelt es sich um einen kollektiven Akteur im Sinne einer *sozialen Gruppe*? Welche Gruppeninteressen, gemeinsamen Identitäts- und Organisationsmerkmale zeichnen sich ab?
2. Worin besteht das transformatorische Potential der Unternehmerschaft, d.h. das Potential zu gesellschaftlicher und politischer Veränderung?
3. Inwiefern existiert ein strategisches Potential im Sinne einer formell oder informell verfolgten Strategie zur Realisierung von Interessen und Zielpräferenzen?

Wir verfolgen also einen akteursorientierten Ansatz, der eine neue, aufstrebende ökonomische Elite in den Mittelpunkt der Untersuchung stellt.

3. Unternehmer als soziale Kategorie: Klasse oder Mittelschicht?

Eine der zentralen Fragen dieser Untersuchung ist die nach der politischen und gesellschaftlichen Verortung der Unternehmerschaft und den entsprechenden theoretischen Implikationen, die sich daraus ergeben. Im Folgenden wollen wir die Kategorien diskutieren, in die sich Unternehmer gruppenmäßig einordnen lassen. Drei Kategorien sind es im Wesentlichen, die sich hier anbieten: die der Klasse, die der "Mittelschicht/Mittelklasse" und die der "Strategischen Gruppe".

3.1 Unternehmer als Klasse

Der Klassenbegriff wurde lange von der marxistischen Bestimmung beherrscht, derzufolge Klassen große Menschengruppen bezeichnen, die sich nach ihrer Stellung in einem spezifischen System der gesellschaftlichen Produktion voneinander unterscheiden. Entscheidendes Kriterium der Zuordnung ist die Klassenlage, d.h. die Stellung im Produktionsprozess, im Eigentumssystem und die Verfügungsgewalt oder Nicht-Verfügungsgewalt über Produktionsmittel und gesellschaftlichen Reichtum. Wichtig am marxistischen Klassenbegriff ist der Unterschied zwischen der Klasse *an sich* (objektive Existenz, ohne Klassenbewusstsein) und der Klasse *für sich* (mit Klassenbewusstsein). Als herrschende Klasse galt dabei jene Gruppierung, die nicht nur die ökonomische, sondern auch die politische Macht inne hatte. Max Weber hat diesen Klassenbegriff in dem Sinne relativiert, dass er Klassen nicht als Strukturen, also als feste Gemeinschaften begriff, sondern als Prozess, d.h. als potentiellen Akteur aufgrund gemeinschaftlicher Grundlagen. Klassen seien durch gemeinsame Lebenschancen charakterisiert, bedingt durch ökonomischen Güterbesitz und Erwerbsinteressen, die im Rahmen von Güter- oder Arbeitsmärkten verfolgt würden.⁸ Wir wollen hier nicht die ganze Bandbreite der Klassentheorien darlegen, weil uns die Übertragung des Klassenbegriffs auf die Privatunternehmerschaft in China und Vietnam als (noch) nicht geeignet erscheint. Wichtig ist jedoch in unserem Zusammenhang, dass neuere Theorien den Klassenbegriff vom rein Ökonomischen entkoppelt haben. Danach handelt es sich bei Klassen nicht nur um ökonomisch und politisch definierte Gruppen,

⁸ Vgl. Weber 1964: 678ff.

sondern zugleich um Gruppierungen mit längerfristigen, tendenziellen Gemeinsamkeiten im Bereich der Werte und Einstellungen, des Konsumverhaltens oder Lebensstils, die eine Gruppierung gegenüber anderen abgrenzen. Klassentheoretisch ist - im Interesse einer Begriffsbestimmung - Bourdieus Klassenbegriff hilfreich, da er über das rein ökonomische Moment hinaus die Klassen in einen konstruierten *sozialen Raum* stellt, der verschiedene Kapitalformen umfasst, die ein Kapitalgesamtvolumen bilden. Eine Klasse ist für ihn ein "homogenes Ensemble ökonomisch und sozial differenzierter, objektiv zu Gruppen konstituierter Individuen" in einem auf ökonomischer und sozialer Differenzierung gegründeten "Raum von Unterschieden".⁹ Der Begriff des Kapitals löst sich daher in den des *ökonomischen*, *kulturellen* (Bildung), *sozialen* (Ressourcen auf Grund von Beziehungen und Gruppenzugehörigkeit) und *symbolischen Kapitals* (die Form der Wahrnehmung der einzelnen Kapitalsorten) auf. Personen mit ähnlicher Positionierung des Kapitalgesamtvolumens im sozialen Raum weisen - so Bourdieu - ähnliche Dispositionen und Verhaltensmuster auf. Diese theoretischen Klassen (Klasse "an sich") stellen allerdings noch keine wirklichen Klassen in dem Sinne dar, dass sie (als Klasse) automatisch gemeinsam, bewusst und zielgerichtet handeln würden (Klasse "für sich"). Nähe im sozialen Raum, so Bourdieu, bewirke noch keine automatische Einheit, so dass nur von einer Tendenz zur Gruppenbildung, von einer "wahrscheinlichen Klasse" gesprochen werden könne.¹⁰ Unsere Hypothese lautet entsprechend, dass erstens die Heterogenität der Unternehmerschaft und das frühe Entwicklungsstadium, in dem sich Unternehmer in beiden Ländern bislang befinden, die Anwendung des Klassenbegriffs auf die chinesische und vietnamesische Unternehmerschaft als ungeeignet erscheinen lassen. Zweitens ist das von Weber aufgeworfene Moment des Prozesshaften und Potentiellen, das dem Klassenbegriff zugrundeliegt und das Bourdieu dann zu dem Begriff der wahrscheinlichen Klasse verdichtet, ein Hinweis auf die Schwierigkeiten, Gruppen klassenspezifische Gemeinsamkeiten (Klassenbewusstsein, Klassenlage) zuzuordnen. Diese Schwierigkeiten gelten ganz besonders für gesellschaftliche Umbruchprozesse wie sie sich gegenwärtig in China und Vietnam vollziehen und in denen sich neue Schichten, neue Eliten und neue Produktions- und Eigentumsverhältnisse überhaupt erst entwickeln und neu etablieren.

3.2 Unternehmer als "Mittelklasse" bzw. "Mittelschicht"

Auf andere Weise problematisch ist das Begriffsfeld Mittelklasse/Mittelschicht. Im System sozialer Stratifikation bezeichnet "Mittelklasse" zunächst diejenigen Berufsgruppen, die *white-collar* Arbeit leisten und eine durchschnittliche oder überdurchschnittliche Schulbildung besitzen. Die Abgrenzung gegenüber anderen Klassen oder Schichten erfolgt aufgrund der Berufe und Arbeitsbedingungen, der Einkommen, des sozialen Ansehens, möglicher gemeinsamer Werte und Einstellungen sowie des Lebensstils. Dass es sich bei der Mittelklasse keineswegs um eine homogene Gruppe handelt, ergibt sich bereits aus der in der Literatur üblichen Unterteilung in eine obere, mittlere und untere Mittelklasse oder der nach dem Grad von Entscheidungsmacht. Während kleine Geschäftsleute, Landwirte und andere selbständige Berufe typisch für die *alte Mittelklasse* sind, wobei Selbständigkeit und die geringe Größe des Geschäftsumfangs ebenso charakteristisch sind wie der Einsatz der eigenen Produktionsmittel für den Erwerb des Lebensunterhalts, setzt sich die *neue Mittelklasse* stärker aus den *Professionals* (freie Berufe), mittleren und höheren Beamten und Angestellten sowie kleineren und mittleren Unternehmern zusammen.¹¹ Die neue Mittelklasse weist einen höheren Bildungsgrad auf, agiert autonomer und stützt sich auf ein Weltbild des

⁹ Bourdieu 1997: 105. Eingehender: Bourdieu 1987.

¹⁰ Bourdieu 1998: 24/25.

¹¹ Vgl. dazu u.a. Kerbo 1996: 217-245; Glassman 1997.

Professionalismus. Problematisch ist allerdings die Heterogenität und inhaltliche Schwammigkeit des Mittelklassenkonzepts, das Gruppen ganz unterschiedlicher Lebens-, Arbeits-, Eigentums- und Einkommenszusammenhänge (Unternehmer, Beamte, Manager, kleine Selbständige, Intellektuelle und Akademiker) unter ein Begriffsfeld subsumiert, Gruppen also, die unterschiedliche Interessen verfolgen und nur wenige Gemeinsamkeiten aufweisen. Unsere Hypothese lautet von daher, dass der Begriff der Mittelklassen oder -schichten kein geeignetes Analyseinstrument darstellt und aufgrund seiner Vielschichtigkeit auf die Unternehmer nicht anwendbar ist.

Eine der entscheidenden und am meisten diskutierten Fragen ist die nach einer (gemeinsamen) "politischen Mission" der Mittelschichten, eine Frage, die sich einerseits an der Rolle des Bürgertums und der Unternehmer im Europa der Neuzeit orientiert, wobei Bürgertum oftmals mit Rationalität und politischem Liberalismus identifiziert wird. Andererseits sprechen eine Reihe von Wissenschaftlern der Mittelschicht bzw. den Mittelschichten eine entscheidende Rolle in den Demokratisierungsprozessen Südkoreas und Taiwans zu, wenn auch im Zusammenspiel mit anderen gesellschaftlichen Akteuren.¹² Zugleich wird davon ausgegangen, dass diejenigen am entschiedensten an Demokratisierung und Demokratie interessiert sein müssten, die von einer solchen Entwicklung am meisten profitieren würden. Protagonisten der Auffassung, die Mittelklasse sei Vorreiter eines Demokratisierungsprozesses, waren vor allem die Modernisierungstheoretiker. So ging Lipset davon aus, dass die Mittelklasse in Entwicklungsprozessen allmählich die Mehrheit bilden und zur Triebkraft eines Modernisierungsprozesses werden würde, ohne dass er allerdings deren ambivalente Rolle verkannte.¹³ Für Barrington Moore wiederum kann es ohne städtisches Bürgertum (Kaufleute, Unternehmer) überhaupt keine Demokratie geben.¹⁴

Sundhausen hat nun nachgewiesen, dass die Angehörigen der Mittelschichten sich in politischen Wandlungsprozessen nicht nur unterschiedlich verhalten haben, sondern die politischen Rahmenbedingungen auch unterschiedliche Handlungsmuster bedingen. Vor allem unter Bedingungen wirtschaftlicher Unterentwicklung und Armut zeigten etwa Kaufleute und Unternehmer nur geringes Interesse an einer Demokratisierung. Die Gruppe der Unternehmer, die in unserem Zusammenhang interessiert, sei dort klein und wohlhabend, von daher gehe von dieser Gruppe kein Demokratisierungsimpetus aus. Eher von Intellektuellen, Rechtsanwälten und Journalisten sei ein solcher Impetus zu erwarten.¹⁵ Ähnlich argumentiert Rüland, demzufolge unter Bedingungen eines dominanten Staates von einem Mittelstand, der von diesem Staat ökonomisch abhängig und schwach sei, kein Demokratisierungsschub zu erwarten sei. Das Gros der Mittelschichtsangehörigen sei eher an *good governance* interessiert (Rechtssicherheit, Korruptionsbekämpfung, Effizienz der Verwaltung und Transparenz) als an "Demokratie". Die Entwicklung in Thailand und Südkorea habe gezeigt, dass ein Großteil der Mittelschicht die autoritären Machthaber gestützt habe.¹⁶ Vor allem in Krisenzeiten tendierten die Mittelschichten zu autoritären Lösungen.¹⁷ Hsiao hat anhand der Beispiele Taiwan und Südkorea nachgewiesen, dass die Vertreter der neuen Mittelklassen im Verlauf der politischen Entwicklung beider Staaten sich liberaler und progressiver verhalten hätten als die Vertreter der alten¹⁸, was die Heterogenität der "Mittelklasse" noch einmal verdeutlicht. Die Mittelklasse ist also nicht per se als Motor

¹² Beispielhaft: Koo 1991; Dong 1991; Hsiao 1993 und Hsiao/Koo 1997.

¹³ Vgl. u.a. Lipset 1962: 63 und 1981: 472 und 131ff.

¹⁴ Vgl. Moore 1974: 481ff.

¹⁵ Sundhausen 1991: 110-113.

¹⁶ Rüland 1997: 92-96.

¹⁷ Rüland 1999: 61ff.

¹⁸ Hsiao 1993: 16.

demokratischer Entwicklung zu begreifen. Auch dies spricht für unsere These, dass die Begrifflichkeit für unseren Kontext kein geeignetes Analyseinstrument darstellt.

In China und Vietnam finden wir eine eher hybride Mittelschicht, die sich grob in vier Gruppen unterteilen lässt, wobei sich die Grenzen teilweise verwischen und gegenwärtig alle vier Gruppen im Anwachsen begriffen sind:

- (1) **Systemische Mittelschicht:** politisch-ideologisch sozialisierte Funktionäre unterhalb der politischen Entscheidungselite und politisch-ideologisch sozialisierte Manager mittelgroßer und kleiner Staatsunternehmen;
- (2) **traditionelle Mittelschicht:** Händler und Handwerker, religiöse und ethnische Persönlichkeiten;
- (3) **professionelle Mittelschicht:** eher professionell orientierte Funktionäre und Manager; Selbständige in modernen Sektoren (Consulting, Makleragenturen), Wissenschaftler, technische und künstlerische Fachkräfte, Lehrer, Ärzte, Rechtsanwälte usw.;
- (4) **unternehmerische Mittelschicht:** die neue private Unternehmerschaft.

Diese Differenzierung zeigt, dass die sog. "Mittelklasse" zunächst ein höchst heterogenes Gebilde ist, zumal die verschiedenen Gruppen unterschiedliche Kapitale, Vermögenswerte, Interessen, Werte und Lebensstile besitzen, was die Vorstellung von der Existenz einer "Klasse" grundsätzlich in Frage stellt. Dazu kommt die Subdifferenzierung. Ein Großteil der unternehmerischen Mittelschicht entstammt der Nomenklatura oder steht in direkter Verbindung mit ihr, andere waren Arbeiter oder Bauern. Die Ersteren sind personell und ideologisch enger an die Bürokratie gebunden, die Letzteren in der Regel nicht. Giddens hat die sinnvolle Unterscheidung zwischen denjenigen, die sich aufgrund unterschiedlicher Marktchancen und denjenigen, die sich aufgrund der Arbeitsteilung herausgebildet haben, getroffen.¹⁹ Was die Unternehmer anbelangt, so verfügen diese über größere Vermögenswerte, Wissenschaftler in der Regel nicht. Selbständige wiederum besitzen andere Interessen als lohnabhängig Beschäftigte, Ärzte andere als kleine Geschäftsleute, Manager andere als Beamte usw. Andererseits handelt es sich nicht um feste Kategorien, sondern um fließende, weil unter Bedingungen raschen ökonomischen und sozialen Wandels das Schichtengefüge keineswegs fest und konstant ist. Das gleiche gilt für Werte, Einstellungen oder Lebensstile. Von daher ist der Begriff der Mittelklasse bzw. -schicht in der wissenschaftlichen Diskussion auch umstritten. In unserem Zusammenhang interessiert nicht die Mittelklasse als solche, sondern die Rolle von Unternehmern innerhalb dieser Kategorie. Ohnehin hat sich die Zusammensetzung der Mittelklasse in China und Vietnam im Zuge der Reformpolitik und des Umbaus zu marktwirtschaftlichen Strukturen verändert. Vor der Reformära ließ sich der Begriff eher auf diejenigen Teile der politischen und ökonomischen Nomenklatura anwenden, die von Einkommen, Privilegien, sozialem Prestige und Machtfülle her eine "mittlere" Position zwischen der politischen Elite und der "einfachen Bevölkerung" einnahmen (*administrative Mittelklasse*) sowie auf parteilose Personen, die aufgrund ihrer nützlichen Funktion vom jeweiligen Regime gestützt und mit materiellen Privilegien bedacht wurden (einflussreiche Wissenschaftler, Schriftsteller und Künstler, ehemalige "patriotische" Unternehmer, Modellarbeiter, Kriegsveteranen etc.). Der Reformprozess hat diese Gruppe um neue Unternehmer, aus dem Ausland zurückgekehrte Intellektuelle, Künstler und Schriftsteller sowie Selbständige aller Art erweitert. Der Umschichtungsprozess, der gegenwärtig stattfindet, mit einem hohen Grad an Fluktuation und prozesshafter Polarisierung, macht die Verwendung des Begriffs "Klasse(n)" allerdings fragwürdig.

¹⁹ Giddens 1979: 231.

Überdies befindet sich die Unternehmerschaft in beiden Ländern noch immer im *status nascendi* und bildet keine einheitliche, organisierte Klasse mit Klassenbewusstsein. Auf diese *status nascendi*-Situation weist auch die Dauer der unternehmerischen Tätigkeit hin. In China waren zum Untersuchungszeitraum (1996) lediglich 14,9% der Betriebe vor 1990 gegründet worden, die übrigen zwischen 1990 und 1996. Für Vietnam betrugen diese Daten 17,9 (vor 1990) und 82,1%. Von daher erscheint es sinnvoller, die Unternehmer nicht als Mittelklasse, sondern als *potentielle neue Mittelschicht* zu kennzeichnen. Potentiell, weil sie sich, was den sozialen und politischen Status anbelangt, noch im Prozess sozialen Aufstiegs befindet. Während Unternehmer sich einkommensmäßig (wirtschaftliches Prestige) in einer Skala zwischen oberer Mitte und Spitzeneinkommen bewegen, sind sie, wie unsere Untersuchungen gezeigt haben, sozial in der Mitte und politisch eher in der unteren Mitte anzusiedeln, sowohl was ihre Selbsteinschätzung als auch die Fremdeinschätzung (Bewertung durch andere Bevölkerungssteile) anbelangt.

Mit der Privatunternehmerschaft entsteht also keineswegs schon ein "Wirtschaftsbürgertum" in westlichem Sinne.²⁰ Die Frage, die in diesem Zusammenhang immer wieder gestellt wird, ist, ob aus der neuen Unternehmerschaft eine Mittelklasse hervorgeht, die Trägerin ökonomischer oder politischer Veränderungen und damit eine "Aristotelische Mittelklasse", d.h. zugleich Trägerin eines Demokratisierungsprozesses werden könnte.²¹ Generell gesagt, befindet sich die chinesische/vietnamesische Unternehmerschaft noch in einem relativ frühen Entwicklungsstadium. Die Kennzeichen herkömmlicher Mittelschichten, wie deren feste Einbettung in das gesellschaftliche Macht-, Prestige- und Einkommensgefüge, befinden sich noch in Fluktuation. Einige Wirtschaftstheoretiker sind daher der Auffassung, die meisten Eigentümer privater Betriebe seien noch keine Unternehmer im eigentlichen Sinne, zumal sie vom Bewusstsein ihrer Herkunft, mit meist bäuerlichem Hintergrund, geprägt seien: Sie könnten sich noch nicht ausreichend auf den Markt einstellen, die Belegschaftsangehörigen stammten überwiegend aus dem Kreis der Verwandten, Freunde und Bekannten, und illegale Machenschaften (Spekulationsgeschäfte, Steuerhinterziehung) seien weit verbreitet. Zudem herrsche unter den Unternehmern große Furcht vor politischem Wetterwechsel, Gewinne würden daher eher konsumiert als produktiv investiert.²²

Doch diese Momente hängen in erheblichem Maße mit der systemischen Unsicherheit zusammen, in dem sich Privatunternehmer bewegen müssen. Einschränkungen und bürokratische Hemmnisse mindern die Investitions- und Wagnisbereitschaft. Ökonomisch gesehen handelt es sich durchaus schon um Unternehmer. Und diese Unternehmer entwickeln bereits vielfältige Interessen und Aktivitäten, die über das rein Ökonomische hinausgehen und auf diese Weise in eine allgemeine Strategie einfließen. Dies bezieht sich, wie erwähnt, auf die Herausbildung von Interessenorganisationen (Unternehmerverbände) und Unternehmernetzwerken, auf Mitwirkungsinteresse in politischen Institutionen (Parteien, Volkskongresse, Politische Konsultativkonferenzen), zugleich aber auf die Herausbildung eines speziellen Lebensstils und auf den symbolischen Konsum, der bereits bei großen Teilen der neuen Unternehmerschaft erkennbar und letztlich Ausdruck der Ungleichheit zwischen Personengruppen ist. Auf diese Faktoren wollen wir im Folgenden näher eingehen.

4. Unternehmer als soziale und strategische Gruppe

²⁰ Der Begriff "Wirtschaftsbürgertum" bezieht sich - anders als der Unternehmerbegriff - auf eine soziale Klasse, der außer den Unternehmern auch die Kapitalbesitzer zuzuordnen sind, vgl. Schumann 1992: 19.

²¹ Dazu: Glassman 1997: 105ff.

²² Gao/Chi 1996: 118ff.

4.1 Unternehmer als soziale Gruppe

4.1.1 Interessenidentitäten und Gruppenkohäsion

Erscheint die Kategorisierung der Unternehmerschaft als "Klasse" oder "Mittelschicht" wegen der Heterogenität ihrer Zusammensetzung und Interessen sowie der definitorischen Schwammigkeit als problematisch, so gibt es - im Sinne Bourdieus - gleichwohl eine Reihe realer und tendenzieller Gemeinsamkeiten, die auf die Existenz einer *potentiellen sozialen Gruppe* hinweisen, eben die bereits oben erörterten Kapitalformen: *ökonomisches Kapital* (in Form des Unternehmenseigentums, hoher Einkommen, des Betriebsvermögens oder von Immobilien); *kulturelles* oder *kognitives Kapital* (Bildung, unternehmerische Fähigkeiten und Managementwissen); *symbolisches Kapital* (unternehmerischer Impetus und unternehmerische Interessen, Streben nach sozialem Prestige), *soziales Kapital* (die Existenz von Beziehungen und Netzwerken im Interesse reibungslosen Geschäftsablaufs, zur Sicherung von Gewinnchancen oder zum Zwecke der Protektion; tendenzielle Gemeinsamkeiten hinsichtlich des Lebensstils) und *organisatorisches Kapital* (Mitgliedschaft in staatlichen oder halbstaatlichen Unternehmerverbänden). Tendenziell streben Unternehmer auch nach *politischem Kapital* (Mitgliedschaft in der Partei oder in staatlichen Institutionen, formelle oder informelle Partizipation im Interesse der Mitgestaltung der Rahmenbedingungen für Unternehmer).

Relativ schwierig ist die Beschreibung des kulturellen Kapitals, weil es keinen einheitlichen Bildungsstand der Unternehmerschaft gibt. Allerdings liegt der Bildungsgrad der befragten Unternehmer in beiden Ländern über dem der Gesamtbevölkerung. Bildung beeinflusst Werte, Einstellungen und Weltbild, fördert zugleich Neugier und innovatives Verhalten und damit den Wunsch nach umfassenderer Denk- und Handlungsfreiheit, was wiederum Bestrebungen nach politischer Liberalisierung begünstigt.²³ Teil dieses kulturellen Kapitals sind zugleich verinnerlichte Denk- und Verhaltensmuster sowie entsprechende Dispositionen, aber auch kulturbedingtes Wissen, das beiträgt zur Einordnung von Abläufen und Prozessen. Da der Begriff der Kultur sich hier nur schwer fassen lässt, ist es hilfreich, auch von kognitivem Kapital zu sprechen.²⁴ Kognitives Kapital in diesem Sinne umfasst u.a. auch Kenntnisse des Rechts oder politischer Beschlüsse.

Was das soziale Kapital anbelangt, so gibt es gravierende Unterschiede zwischen den Unternehmern. Eine frühere Tätigkeit als Funktionär oder Funktionärstätigkeiten von Eltern, Ehepartnern, Geschwistern oder Freunden, Parteimitgliedschaft oder gute Beziehungen zu Funktionären stellen wichtige Faktoren sozialen Kapitals dar und treffen für einen Großteil der Unternehmer zu. Zentraler Teil des sozialen Kapitals sind die "sozialen Beziehungen" (chin.: *Guanxi*), die sich über persönliche Beziehungen oder Netzwerke aktivieren lassen.

Von den kapitalmäßigen Gemeinsamkeiten her läßt sich die Unternehmerschaft zunächst als *Quasi-Gruppe* bezeichnen, d. h. als soziale Gruppe, die zwar gemeinsame Merkmale, Interessen und spezifische Verhaltensweisen aufweist, aber scheinbar noch keine bewusste Strategie zur Durchsetzung von Interessen verfolgt.²⁵ Doch eine solche Einordnung wäre zu kurz gegriffen. Es zeichnen sich bereits Prozesse und Entwicklungstendenzen ab, die über die Quasi-Gruppe hinausreichen. Dazu gehört die Organisation in Verbänden, auch wenn diese staatlich kontrolliert sind. Und dazu gehören die Artikulierung von Interessen in spezifischen

²³ Vgl. dazu Kerr/Dunlop/Harbison/Myers 1994.

²⁴ So z.B. Zschoch 1998: 202/203.

²⁵ Vgl. Dahrendorf 1959: 179ff.; Mayer 1977; Holthus/Schams 1987: 283.

Zeitungen und Zeitschriften auf zentraler²⁶ wie auf regionaler und teils schon auf lokaler Ebene sowie Bemühungen, neue, von der Bürokratie unabhängige Verbände zu schaffen oder mehr Gehör in den Medien (Rundfunk und Fernsehen) zu finden. Dazu zählen auch organisierte Netzwerksveranstaltungen der Unternehmer. Vor allem in den größeren Städten Ostchinas haben solche Veranstaltungen die Funktion, das Gruppenbewusstsein zu stärken. So gab es z.B. Ende der 90er Jahre in Peking das "Forum chinesischer Unternehmer am Ende des Jahrhunderts", ein Netzwerk, bei dem sich Unternehmer jeden Sonntagabend im *Xin Dadu*-Hotel trafen, gemeinsam einen Vortrag anhörten, danach sich in Gesprächen austauschten und so ihre Verbindungen und ihre Zusammenarbeit stärkten. Dazu wurden jeweils auch Vertreter der Medien eingeladen, um die Beziehungen zu Journalisten zu verstärken.²⁷ Zu den Aktivitäten, die Gruppenbewusstsein fördern, gehören ferner die Einrichtung eigener Stiftungen, die u.a. wissenschaftliche (auch internationale) Tagungen zu Privat- und Marktwirtschaft sowie entsprechende Buchpublikationen (auch in englischer Sprache) organisieren und finanzieren.²⁸ Zwar ist diese Entwicklung in Vietnam bislang schwächer ausgeprägt, der Entwicklungstrend geht allerdings in die gleiche Richtung.

Nicht zu unterschätzen für die Generierung zu einer sozialen Gruppe ist ferner das Bewusstsein gemeinsamer Erfahrung im Prozess der Unternehmerwerdung und der Unternehmensprobleme. Unternehmerbiographien zeigen, dass der Weg zum Privatunternehmer für einen erheblichen Teil der betroffenen Personen ein äußerst steiniger Weg war. Auch die Erfahrung gemeinsamer Probleme der Unternehmensentwicklung (Kapitalknappheit, Korruption, Bürokratismus) trägt zur Erhöhung des Identifikationsgrades bei.²⁹

Eine Gruppenkohäsion existiert indessen erst in Ansätzen, u. a. deshalb, weil die Zusammensetzung der Unternehmerschaft von den einzelnen Unternehmern als noch zu heterogen angesehen wird (von Betriebsgröße, Bildungsgrad, Produktionsumfang, Kapitalausstattung, regionaler Anbindung her). Ein in den Vereinigten Staaten promovierter Großunternehmer in Shanghai, der Hochtechnologieprodukte exportiert, mag zunächst wenig mit einem bäuerlichen Unternehmer, der in einer abgelegenen Region Westchinas von Clanmitgliedern Körbe für den lokalen Markt herstellen lässt, gemeinsam haben. Allerdings ist die noch nicht vollzogene Gruppenkohäsion auch Ausdruck der Tatsache, dass der Privatsektor erst seit knapp mehr als einem Jahrzehnt in beiden Ländern wieder zugelassen wurde und die Fluktuation noch relativ groß ist. Die Zwangsmitgliedschaft in staatlich kontrollierten Verbänden hat allerdings dazu beigetragen, die Gruppenkohäsion und -solidarität der Unternehmer untereinander zu stärken, weil sie zumindest symbolisch eine Interessengemeinschaft suggeriert und den Informationsaustausch untereinander fördert. Ein gewisses Maß an Identität und Gruppenbewusstsein kam auch in unseren Interviews zum Ausdruck. So sprachen Unternehmer in China und Vietnam beispielsweise von "uns", wenn sie von Unternehmern im Allgemeinen sprachen. Sie wollten auch nicht mit den Individualwirtschaftenden (Kleinunternehmen mit weniger als acht Beschäftigten) in einen Topf geworfen werden, die sie als ökonomisch und sozial unterlegen ("streitsüchtige

²⁶ Die weiteste Verbreitung besitzen die *Zhongguo Gongshang Bao* (Zeitung für Industrie und Handel), die in zwei Ausgaben pro Woche schwerpunktmäßig über die Entwicklung des Privatsektors und über Unternehmer berichtet (Herausgeber ist das auch für die Privatwirtschaft zuständige Verwaltungsamt für Industrie und Handel) sowie die Monatsschrift *Zhongguo Qiyejia* (Chinesische Unternehmer), eine vom Verlag der Tageszeitung *Jingji Ribao* (Wirtschaftstageszeitung) herausgegebene Hochglanzzeitschrift, die über chinesische Unternehmerpersönlichkeiten berichtet.

²⁷ *Zhongguo Gongshang Bao*, 12.11.99.

²⁸ Etwa die von Privatunternehmern auf Hainan gegründete Stiftung *Hainan (China) Foundation for Reform and Development Research*.

²⁹ Vgl. dazu Heberer 2000.

Straßenhändler") ansahen, während sie - so ihre Argumentation - unternehmerisch wirkten und ökonomisch und sozial eine wichtige volkswirtschaftliche Stellung einnahmen. Das Gruppenbewusstsein kam auch in der Abgrenzung gegenüber anderen Gesellschaftsgruppen zum Ausdruck, vor allem gegenüber der Bauernschaft, aber auch gegenüber den Funktionären auf der unteren Ebene. Stolz auf die eigenen Leistungen, die Eigenbewertung eines großen Teils der Unternehmer als gesellschaftliche Vorbilder und zunehmende Selbsteinschätzung als "Elite" sind Ausdruck dieses Bewusstseins.

Unsere Untersuchung deutet von daher darauf hin, dass die Privatunternehmer bereits begonnen haben, sich zu einer eigenen sozialen Gruppe mit ausgeprägtem Selbst- und Gruppenbewusstsein zu formieren, wobei solche, die ein großes Unternehmen leiten, ein stärkeres Gruppenbewusstsein als kleinere Unternehmer aufweisen. Häufig repräsentieren sie die Privatwirtschaft in Verbänden und Organisationen (wie in China in der *Vereinigung für Industrie und Handel* oder in Vietnam in der *Union Association of Industry and Commerce*). Bislang besitzen Unternehmer in China und Vietnam zwar keine unabhängigen Interessenorganisationen, Interessen lassen sich allerdings auch über die bislang noch korporatistisch eingebundenen Verbände sowie informell zum Ausdruck bringen.³⁰ Allerdings gibt es inzwischen ein erstaunliches Experiment: In einigen Regionen der Provinz Guangdong wurde Unternehmern bereits 1993 gestattet, selbstverwaltete "Zünfte" (*minjian qiyejia gonghui*) auf experimenteller Basis zu gründen. Die Mitgliedschaft in diesen Zünften ist freiwillig, die Vorstände werden nicht bürokratisch eingesetzt, sondern von den Mitgliedern gewählt. Diese Organisationen sollen die Interessen der Unternehmer wahrnehmen und entsprechende Verhandlungen mit Partei und Behörden führen.³¹ Der Trend geht zu einheitlichen, starken Interessenorganisationen. In China schält sich die Vereinigung für Industrie und Handel immer mehr als stärkste, politisch mächtigste und am meisten interessengeleitete Organisation heraus. Seit einigen Jahren pocht sie darauf, dass sie als unabhängige juristische Person (*faren*) anerkannt wird und dann tatsächlich als Unternehmerverband unabhängig agieren kann, d.h. keine Bürgschaftsinstitution mehr benötigt, die die Schirmherrschaft übernimmt und die Kontrolle darüber ausübt. Es soll sich dann um eine *non-profit* NGO handeln. Noch ist dies nicht entschieden, aber die Front der Gegner eines solchen Schrittes bröckelt. Von daher ist damit zu rechnen, dass es in den nächsten Jahren tatsächlich einen relativ autonomen Unternehmerverband geben wird.³²

Ein wachsendes Gruppenbewusstsein ließ sich auch in Vietnam feststellen. Obwohl die Unternehmer aus Ho-Chi-Minh-Stadt und aus Danang aus verständlichen Gründen davor zurückschreckten, von der Klasse der Privatunternehmer zu sprechen, betonten sie doch, dass die Unternehmer eine soziale Gruppe darstellten, die sich deutlich von anderen Gruppen in der Gesellschaft unterscheidet.³³ Interessanterweise wurden bei der Frage nach den Unterscheidungskriterien für diese Gruppenbildung an erster Stelle nicht hohes Einkommen und materieller Wohlstand genannt, sondern hoher Ausbildungsgrad und besondere Fähigkeiten. Nicht jeder war nach Ansicht der Befragten in der Lage, ein erfolgreicher Unternehmer zu werden. Vornehmlich den Bauern wurden die notwendigen Fähigkeiten, insbesondere geistige Flexibilität, abgesprochen.

³⁰ Dazu ausführlich: Heberer 1996.

³¹ Qin Nanyang 1999: 106ff.

³² Gespräche am 27.9.96 und 30.9.98 in Peking. Entsprechend auch Chen Qingtai 1995.

³³ Ein Unternehmer in Danang dagegen benutzte den Begriff der "neuen sozialen Bewegung", um die Privatunternehmer zu charakterisieren. Er deutete damit an, dass die derzeitige Entwicklung noch im Fluss sei und noch nicht zur Herausbildung einer festgefügtten sozialen Ordnung geführt habe.

In der Geringschätzung anderer sozialer Gruppen drückt sich ein gewisser Stolz und Selbstbewusstsein der Unternehmer aus. Beides zeigt sich auch bei der erwähnten Selbsteinschätzung der ökonomischen Fähigkeiten, bei der sich die Privatunternehmer die höchste Note gaben.³⁴ Ein relativ hoher Prozentsatz der befragten Unternehmer war sogar selbstbewusst genug, sich als Vorbild für die Gesellschaft zu sehen. Eine Vorbildfunktion hatte bislang nur die KPV für sich und ihre Mitglieder reklamiert.

Relativ häufiger Erfahrungsaustausch der Unternehmer stärkt ein derartiges Gruppenbewusstsein. Ein beachtlicher Teil der Befragten in beiden Ländern traf sich wöchentlich zu Diskussionen mit anderen Privatunternehmern, nahezu die Hälfte hatten mehrmals monatlich Gespräche mit anderen Unternehmern. Die Diskussion ähnlicher Erfahrungen und Probleme verstärkt die Wahrnehmung von Gemeinsamkeiten der Unternehmer untereinander. Sie fördert und festigt die Herausbildung eines Wir-Gefühls und trägt so zur Abgrenzung von anderen sozialen Gruppen bei.

4.1.2 Prestige als symbolisches Kapital

In Form von Reputation, Prestige und sozialem Status spielt das symbolische Kapital eine wichtige Rolle für die Identitätsbildung der Unternehmerschaft. Hier gewinnen unsere Umfrageergebnisse an Relevanz. Bei unseren Fragen nach der Bewertung der ökonomischen, sozialen und politischen Stellung verschiedener Berufs- und Funktionsgruppen durch die befragten Unternehmer zeigte sich, dass *ökonomisch gesehen* die Privatunternehmer in beiden Ländern sich selbst eine Spitzenposition zuerkannten. Der Bewertungsgrad war in China allerdings höher als in Vietnam, was sich auf die durchschnittlich höheren Einkommen, die größere Stabilität der Einkommen und das größere Betriebsvermögen gründen dürfte.

Tab. 1: Wirtschaftliche Stellung von Funktions- und Berufsgruppen

<i>China</i>	<i>Vietnam</i>
1. Privatunternehmer	1. Privatunternehmer
2. Manager staatl. Betriebe	2. Manager staatl. Betriebe
3. Manager ländl. Betriebe	3. Kader (zentrale)
4. Individualwirtschaftende	4. Individualwirtschaftende
5. Wiss./Techniker	5. Wiss./Techniker
6. Kader (zentrale)	6. Manager ländl. Betriebe
7. Lokale Kader	7. Lokale Kader
8. Arbeiter Privatsektor	8. Arbeiter in Staatsbetrieben
9. Arbeiter in Staatsbetrieben	9. Arbeiter Privatsektor
<u>10. Bauern</u>	<u>10. Bauern</u>

Quelle: Eigene Erhebung.

Anm.: 1= höchste Wertung, 10=niedrigste.

Während sich die Ergebnisse in beiden Ländern ähnlich gestalten, fällt auf, dass die in China Befragten Kader auf der zentralen Ebene niedriger einstufen als in chinesischen Umfragen der 80er Jahre und niedriger als die befragten vietnamesischen Unternehmer. Vor allem die

³⁴ Dies stimmt mit der Fremdeinschätzung durch von uns befragte Funktionäre überein, die ebenfalls den ökonomischen Fähigkeiten der Privatunternehmer die höchste Note zusprachen.

lokalen Kader wurden in beiden Ländern wirtschaftlich kaum höher als Arbeiter eingestuft. Dies lässt darauf schließen, dass die Funktionäre insgesamt einkommensmäßig nicht mit den Unternehmern Schritt halten. Andererseits spricht daraus ein gestiegenes Selbstbewusstsein der Unternehmerschaft. Die unsichere Zukunft der Staatsunternehmen bei gleichzeitig partiell höheren Löhnen in einigen Privatwirtschaftsbranchen hat in China bewirkt, dass die Arbeiterschaft in Privatunternehmen der in Staatsunternehmen übergeordnet wurde. Die früher privilegierten Arbeiter bilden nun gemeinsam mit der Bauernschaft die ökonomischen Schlusslichter.

Sozial gesehen ordneten sich die Unternehmer eine Mittelposition zu, wobei die Zuordnung in China schon ins obere Mittelfeld reichte. Dies scheint zu verdeutlichen, dass sie sich in ihrem Selbstverständnis auch sozial anschicken, zur Oberschicht aufzusteigen. Privatunternehmer, die in chinesischen Umfragen der 80er Jahre stets im unteren Drittel zu finden waren, haben offensichtlich einen sozialen Aufstieg vollzogen, während die Kleinunternehmer (Individualwirtschaftende) sozial nach wie vor nicht besonders angesehen sind.

Tab. 2: Soziale Stellung von Funktions- und Berufsgruppen

<i>China</i>	<i>Vietnam</i>
1. Kader (zentral)	1. Kader (zentral)
2. Wiss./Techniker	2. Manager staatl. Betriebe
3. Manager staatl. Betriebe	3. Wiss./Techniker
4. Privatunternehmer	4. Lokale Kader
5. Lokale Kader	5. Privatunternehmer
6. Manager ländl. Betriebe	6. Manager ländl. Betriebe
7. Arbeiter Staatsbetriebe	7. Arbeiter Staatsbetriebe
8. Individualwirtschaftende	8. Individualwirtschaftende
9. Arbeiter Privatbetriebe	9. Arbeiter Privatbetriebe
10. Bauern	10. Bauern

Quelle: Eigene Erhebung.

Dabei gab es deutliche Unterschiede zwischen Groß- und Kleinunternehmern. Größere erkannten sich nach den zentralen Kadern (Mittelwert: 2,6) das zweithöchste Sozialprestige zu (3,6) kleinere nur Rang 6 (4,4). Im ländlichen Raum stuften sich Unternehmer ebenfalls gesellschaftlich höher ein (Platz 3, Mittelwert: 3,3) als im städtischen (5/3,7).

Während die regionalen Unterschiede in China eher gering waren, waren sie in Vietnam evident. Die technische Intelligenz (Wiss./Techniker) belegte in Nordvietnam (Stadt und Land), wo die Partei die Rolle von Wissenschaft stets betont hat, den zweiten Platz, in Ho-Chi-Minh-Stadt hingegen nur Rang 4.

Politisch gesehen rechneten sich die Unternehmer der Mitte zu, in Vietnam eher der unteren Mitte. Auch diese Einstufungen unterstreichen das steigende Prestige, denn chinesische Umfragen der frühen 90er zeigten die Unternehmer politisch gesehen noch am Ende der Skala.

Tab. 3: Politische Stellung von Funktions- und Berufsgruppen

<i>China</i>	<i>Vietnam</i>
1. Kader (zentral)	1. Kader (zentral)
2. Lokale Kader	2. Manager staatl. Betriebe
3. Manager staatl. Betriebe	3. Lokale Kader
4. Manager ländlicher Betriebe	4. Wiss./Techniker
5. Wiss./Techniker	5. Manager ländl. Betr.
6. Privatunternehmer	6. Arbeiter Staatsbetriebe
7. Arbeiter Staatsbetriebe	7. Privatunternehmer
8. Individualwirtschaftende	8. Individualwirtschaftende
9. Arbeiter Privatbetriebe	9. Arbeiter Privatbetriebe
10. Bauern	10. Bauern

Quelle: Eigene Erhebung.

Politisches Prestige ist auch Ausdruck von Autorität sowie von Macht- und Entscheidungskompetenzen, die sich in den Händen der zentralen, aber auch der lokalen Funktionäre konzentrieren. Gleich dahinter folgten die Manager großer Staatsunternehmen, die im politischen Leben Vietnams noch immer eine größere Rolle spielen als in China. Im stark sozialistisch geprägten Hanoi wurde die Rolle der Beschäftigten im Staatssektor höher veranschlagt als im ländlichen Raum oder in Zentral- und Südvietnam. Ihren politischen Einfluss bewerteten Privatunternehmer in beiden Ländern noch immer als relativ gering, obgleich politisch gesehen das unternehmerische Selbstbewusstsein in China etwas höher zu sein scheint als in Vietnam, wo Privatunternehmer sich noch nach den Arbeitern im öffentlichen Sektor einordneten.

Zusammengefasst lässt sich feststellen, dass Privatunternehmer in beiden Ländern ihr ökonomisches Kapital und damit ihre ökonomische Stellung als herausragend ansehen, sich wirtschaftlich als führende soziale Schicht (oder Klasse) begreifen. Die Durchgängigkeit dieses Faktors in allen untersuchten Landesteilen sowie im städtischen und im ländlichen Raum weist darauf hin, dass es in dieser Hinsicht bereits ein relativ homogenes Bewusstsein der Unternehmerschaft gibt. Auch sozial stuften sich Privatunternehmer relativ hoch ein, in China immerhin höher als die lokalen Funktionäre, von denen sie im Prinzip abhängig sind. Dies sagt aber auch einiges über die Bewertung dieser Funktionäre in der öffentlichen Meinung aus. Nur politisch gesehen begriffen sich Unternehmer in beiden Ländern eher als durchschnittlichen oder marginaleren Faktor, jedenfalls was die Partizipation im formellen politischen Leben und die daraus resultierenden Gestaltungsmöglichkeiten anbelangt.

4.1.3 Lebensstil und Habitus

Von Bedeutung ist ferner der gemeinsame Habitus (Verhalten, Geschmack), d.h. der Lebensstil, inklusive dessen, was die Soziologie *conspicuous consumption* (demonstrativen Konsum) nennt. Ein solcher Lebensstil generiert symbolische Unterschiede und bildet eine "regelrechte Sprache".³⁵ Er ist Symbol der Zugehörigkeit zu einer bestimmten Schicht oder Gruppe, Symbol der Abgrenzung gegenüber denjenigen, die der Gruppe nicht angehören und wird von den Unternehmern als Symbol ihrer unternehmerischen Leistung zur Schau gestellt. Der Besitz eines eigenen Hauses oder einer Eigentumswohnung sowie bestimmter Limousinenmarken, der Konsum teurer, meist importierter, Alkoholika (französischer Cognac, amerikanischer Whiskey) und Zigaretten, das Tragen renommierter ausländischer Uhrenmarken, mit hochwertigen Konsumgütern eingerichtete, zum Teil luxuriös ausgestattete Wohnungseinrichtungen, die symbolische Sammlung (in einer für alle Besucher sichtbaren Vitrine im Wohnzimmer) namhafter und teurer Alkoholika, der regelmäßige Besuch von Nobelrestaurants und -Karaoke-Bars, partiell attraktive junge Freundinnen sind anerkannte Bestandteile eines solchen Lebensstils und weisen den Betreffenden als Teil der neuen Unternehmerschicht aus. Dazu zählt auch der Besuch exklusiver Sport- und Golfplätze, Fitness-Studios oder Schwimmbäder. Einer Untersuchung der chinesischen Volksuniversität von 1996 zufolge gaben die befragten Unternehmer in Peking die Hälfte ihrer Ausgaben für Amusement in Mehrsterne-Hotels bzw. -Restaurants, Karaoke- oder anderen Bars aus.³⁶ Allerdings dienen solche Aufenthalte nicht nur der persönlichen Erbauung, sondern sind zu einem beträchtlichen Anteil soziale Investitionen (wie für Geschäftsfreunde oder geschäftlich wichtige Funktionäre). Ein Unternehmer, den wir nach seiner Sammlung namhafter Alkoholika befragten, erklärte:

³⁵ Bourdieu 1998: 23/24.

³⁶ Li Tongwen 1998: 260.

"Ich mag eigentlich keinen Alkohol. Aber ich brauche das für den gesellschaftlichen Verkehr ... Wenn ich hier namhafte alkoholische Getränke horte und horten kann, dann weist dies auch auf meinen sozialen Status hin."³⁷

Der Kauf ausländischer Luxuslimousinen ist eine demonstrative Art, seinen Reichtum zur Schau zu stellen. Den größten und teuersten Wagen im chinesischen Untersuchungsort Luohe (Provinz Henan) fuhr nicht der Parteisekretär der Stadt, sondern ein Privatunternehmer, dessen Fahrzeug von der Bevölkerung immer wieder bestaunt und als Ausdruck seines Erfolges gewertet wurde. Ein Privatunternehmer in Ho-Chi-Minh-Stadt hatte direkt aus Deutschland einen Mercedes-Benz der gehobenen Klasse erworben, trotz der immensen Importsteuer. In beiden Ländern zeigen sich allerdings stärkere regionale Unterschiede im Konsumverhalten. Im Osten Chinas und Süden Vietnams, wo ohnehin die höchsten Einkommen erzielt werden und der Lebensstil offener und eleganter wirkt, wird der Luxus signifikanter zur Schau gestellt als in den anderen Regionen. Eine wachsende Zahl von chinesischen Unternehmern schickt ihre Kinder inzwischen auch auf teure Internate im Inland (sog. "Adelsschulen", *guizu xuexiao*), zunehmend sogar ins westliche Ausland.

Konsumverhalten und Lebensstil sind allerdings permanenten Veränderungen unterworfen. In den 80er Jahren waren Farbfernsehgeräte, Kühlschränke, Waschmaschinen und Videogeräte wichtige Statussymbole und Zeichen für zumindest bescheidenen Wohlstand. In der ersten Hälfte der 90er Jahre wurden sie abgelöst von Musikkombinations- und Klimaanlage, Videokameras, in der zweiten Hälfte der 90er Jahre von Mobiltelefonen, Computern, Automobilen, komfortablen Eigentumswohnungen und luxuriösem Wohnungsinventar.³⁸ Unserer eigenen Untersuchung zufolge besaßen 94,4% der befragten chinesischen und 96,0% der vietnamesischen Unternehmer mindestens ein eigenes Haus. Rund ein Drittel der vietnamesischen und ein signifikanter Teil der chinesischen Unternehmer nannten noch weitere Immobilien ihr Eigentum. Über die Hälfte der in China Befragten (58,5%) waren im Besitz von mehr als 100 qm Wohnraum, 13,5% davon von mehr als 200 und 5,1% von mehr als 300 qm. Eine chinesische Untersuchung von 1993 hatte sogar noch höhere Werte ergeben. Danach besaßen 37,5% der städtischen und 39,1% der ländlichen Unternehmerfamilien mehr als 200 qm Wohnfläche, wobei der städtische Durchschnitt bei 148,1 und der ländliche bei 166,8 qm lag. Die statistisch erfasste durchschnittliche städtische Wohnfläche der Gesamtbevölkerung soll 1993 7,5, die ländliche 21,0 qm betragen haben.³⁹ Auf je 100 Unternehmerfamilien entfielen 1993 38 Privatwagen (Durchschnittswert: 65.000 Yuan, 1 Yuan = ca. DM 0,26), 55 Motorräder, 140 Telefone und 15 Computer, auf Normalhaushalte 0 Privatwagen, 6,3 (Stadt) bzw. 4,9 (Land) Motorräder. Chinesische Unternehmerfamilien gaben in jenem Jahr monatlich 600 Yuan für Essen, 235 Yuan für Kleidung, 300 Yuan für Beziehungspflege und 50 Yuan für Freizeitaktivitäten aus, bei nicht-unternehmerischen städtischen Familien betrugen diese Zahlen (1995) 147 Yuan (für Essen), 39,9 Yuan (für Kleidung) und 5,8 Yuan (für Freizeitaktivitäten).⁴⁰

Einem chinesischen 1%-Sample unter Privatunternehmern von 1995 zufolge gaben die Familien von 37,1% der befragten Unternehmer für ihre Lebenshaltung monatlich mehr als 2.000 Yuan aus, 28,4% zwischen 1.000 und 2.000 Yuan, ein Viertel weniger als 1.000 Yuan. Fast zehn Prozent hatten die Frage erst gar nicht beantwortet. Im gleichen Jahr betrug das monatliche Durchschnittseinkommen städtischer Familien 324 Yuan, das ländlicher Familien 132 Yuan. Statistisch gesehen gaben Stadtbewohner 1995 durchschnittlich 295 Yuan pro

³⁷ Gespräch am 6.10.96 in Luohe.

³⁸ Zur Lebensweise der städtischen Mittelklasse detailliert Duan Yiping 1999.

³⁹ Zhang/Xie/Li 1994: 144; Zhongguo tongji nianjian 1995: 312.

⁴⁰ Zhang/Xie/Li 1994: 146ff.; Zhongguo tongji nianjian 1995: 289ff.

Kopf aus, Landbewohner 178 Yuan. Privatunternehmer sind, wie erwähnt, die Spitzenverdiener der Gesellschaft, mit überdurchschnittlich hohen Einkommen. Entsprechend hoch sind die Ausgaben, in deren Höhe sich zugleich ein deutlich höherer Lebensstandard niederschlägt, zumal zu bedenken ist, dass die angegebenen Zahlen von den Unternehmern in der Regel als zu niedrig angegeben werden. Aber auch wenn die Ausgabenseite weit untertrieben sein dürfte, so verdeutlicht ein Vergleich mit den offiziell ermittelten Ausgaben der Durchschnittsbevölkerung die Unterschiede.

Auf niedrigerem Niveau vollzieht sich in Vietnam eine ähnliche Entwicklung. Während das nationale, jährliche Pro-Kopf-Einkommen dort 1996 bei durchschnittlich 250 US-\$ lag, erzielten fast 40% der von uns Befragten 1995 alleine aus ihrer Unternehmenstätigkeit ein Pro-Kopf-Einkommen von mindestens 2000 US-\$. Die tatsächlichen Beträge dürften erheblich höher liegen, weil (wie die meisten Befragten in beiden Ländern zugaben) Einkommen ein sensibles Thema darstellen, so dass bei entsprechenden Fragen bewusst niedrige Angaben gemacht werden. 84,5% der befragten Unternehmer gaben nach Eigenangaben jährlich mehr als 1.200 US-\$ aus, 46% sogar über 2.200.

Allerdings folgt nicht jeder Unternehmer diesem Habitus, und ein partiell ähnlicher Lebensstil gilt auch für die Direktoren großer Staatsunternehmen. Der demonstrative Konsum variiert überdies zwischen Stadt und Land und von Region zu Region. Andererseits hat er Effekte auf andere Sozialgruppen, weil dieser Lebensstil Vorbildfunktion für jüngere Menschen sowie für Funktionäre, Individualwirtschaftende u.a. übernimmt. Das Erreichen eines solchen Lebensstils wird für immer mehr Menschen zum angestrebten Ziel, das nur über unternehmerische Tätigkeit und über die damit ideell verbundenen Gewinnerwartungen oder quasi als Ersatz über Korruption und Spekulation erreicht werden kann.

Conspicuous consumption wirkt noch in anderer Form habitusprägend: In Form gemeinsamer Essen in teuren Restaurants fördert dieses Konsumverhalten das Gruppenbewusstsein (gemeinsame Essen von befreundeten Unternehmern, die sich regelmässig solche Bankette erlauben können) sowie die Netzwerkbildung zwischen Unternehmern. Und in Form von *Gastro-Politik* dient es der Herstellung von Beziehungen zu Funktionären und anderen für das Geschäftsleben wichtigen Kontaktpersonen. Auch Letzteres gehört zum Habitus von Unternehmern, die einen beträchtlichen Teil ihrer Gewinne für Bewirtungen anderer ausgeben müssen, prägt zugleich aber die Vorstellungen der "Gäste" vom Gruppenverhalten sowie die Statureinordnung der Unternehmer, wirkt also wertebildend und als "soziale Sprache".⁴¹ Markenbewusstsein im Lebensstil und die Frequentierung bestimmter Restaurants und Amusement-Betriebe dienen von daher weniger der symbolischen Zurschaustellung von Reichtum, sondern sollen auch geschäftlichen Erfolg, Status-Selbstbewusstsein und damit sozialen Aufstieg dokumentieren. In einer Studie über das Bankettverhalten von Unternehmern in der Wirtschaftszone Shenzhen (China) hat Wang Gan beschrieben, dass und wie sich die hierarchische Grenze zwischen Funktionären und Privatunternehmern im sozialen Raum Restaurant aufhebt:

"Es ist ihr [der Unternehmer] Platz, an dem sie Autorität und Prestige besitzen. Sie kennen meist den Inhaber oder einige der Bedienungen. Sie wissen, wie zu bestellen ist und welche Raritäten die Küche bietet. Prinzipien und Regeln, die diesen Raum gestalten, unterscheiden sich von denen der bürokratischen Sphäre: Es sind hohe Preise für den Eintritt zu zahlen und noch höhere für die weiteren Besuche und das Vertrautwerden mit der Umgebung. Das überbrückende Leitthema ist nicht Macht, sondern Reichtum. Und dadurch lässt sich die hierarchische Beziehung zwischen Gästen und Gastgebern in mehr

⁴¹ Chang 1977.

oder weniger gleichartige Beziehungen überführen. Die Dienstleistung und die Hegemonie des Geldes tragen zu dieser Überführung bei ... *Conspicuous consumption* ermöglicht die Annahme einer hochkarätigen Identität, die von Gästen und Gastgebern nun gleichermaßen geteilt wird.⁴²

Der Besitz von Kapitalvermögen und Bildung, der Zugang zu Funktionären und damit zu Ressourcen, die Herstellung von Unternehmensnetzwerken, die Zugehörigkeit zu Unternehmensverbänden, virtuell gemeinsame Interessen (wie die Notwendigkeit, Gewinne zu erwirtschaften, ökonomische Freiheiten, Marktwirtschaft, größere Rechtssicherheit, soziale Anerkennung und sozialer Aufstieg) sowie graduelle Gemeinsamkeiten und Ähnlichkeiten in Habitus und Lebensstil weisen auf die Existenz einer *wahrscheinlichen Klasse* im Sinne Bourdieus hin, ohne dass wir daraus schlussfolgern, es handele sich damit schon um einen politischen Akteur mit gemeinsamen Interessen. Es ging uns vielmehr um die Darstellung einer Nähe innerhalb des sozialen Raumes, um überhaupt auf die Gruppenexistenz und Faktoren eines Gruppenbewusstseins hinweisen zu können.

An der Gruppenzugehörigkeit ändert auch die Existenz zum Teil unterschiedlicher Interessen (Wettbewerb), Zielvorstellungen oder Strategien (wie partiell Einsatz von *Guanxi* und Korruption) nichts, weil ein gemeinsames *Grundinteresse* unterstellt werden kann: an ökonomischer Freiheit (Markt und Gewinnerzielung), an geschäftlicher Stabilität und Entwicklung sowie an geordneten Rahmenbedingungen (Rechts- und politische Sicherheit). Und dieses Grundinteresse bestimmt auch die Strategieformulierung. Eben dieses Formulieren und Durchsetzen gemeinsamer Interessen in organisierter Form macht die Unternehmerschaft zu dem was wir im Folgenden als *strategische Gruppe* klassifizieren. Die Unternehmerschaft in beiden Ländern scheint nämlich auf dem besten Wege zu sein, zu einer solchen strategischen Gruppe zu werden, auch wenn die Entwicklung in China aufgrund geringerer politischer Hindernisse bereits weiter gediehen ist als in Vietnam.

4.2 Unternehmer als Strategische Gruppe

Unternehmer lassen sich zwar in beiden Ländern als Teil der "neuen Mittelschicht" klassifizieren, als analytische Kategorie läßt sich der Begriff, wie wir gezeigt haben, allerdings nicht operationalisieren. Anders sieht es mit dem erwähnten Begriffsfeld der *strategischen Gruppe* aus, eine Begrifflichkeit, die als alternative Analysekategorie zur besseren Einordnung neuer, gesamtgesellschaftlich wichtiger Akteure von Bielefelder Entwicklungssoziologen eingeführt wurde.⁴³ Sie bezeichnet eine Gruppe von Personen, die "durch ein gemeinsames Interesse an der Erhaltung oder Erweiterung ihrer gemeinsamen Aneignungschancen verbunden sind", wobei sich Aneignung nicht nur auf materielle Güter bezieht, sondern auch auf immaterielle wie Macht, Prestige, Wissen oder religiöse Momente. Gemeinsam sind den Mitgliedern solcher Gruppen ein gemeinsames, längerfristiges Programm sowie eine entsprechende Handlungsstrategie und das Selbstverständnis, bedeutender gesellschaftlicher Akteur zu sein.⁴⁴ Wichtig an diesem Ansatz erscheint uns auch die Dynamik dieser Bestimmung: Eine strategische Gruppe geht über die Dahrendorfsche "Quasi-Gruppe" hinaus, weil sie Strategien für Erhalt bzw. Durchsetzung von Interessen entwickelt und sich durch Organisation zu einer Interessengruppe konstituiert. Sie bildet von daher keine feste Klasse, sondern eine sich in Entwicklung befindliche Gruppe, die, über die Organisation in Verbänden, potentiell strategisch agiert. Die Begrifflichkeit reicht über die

⁴² Wang Gan 1998: 15.

⁴³ Evers/Schiel 1988; Berner 1991; Korff 1992.

⁴⁴ Vgl. dazu Evers/Schiel 1988: 10ff. und Evers 1997.

einfache Interessengruppe hinaus, weil es nicht um die kurzfristige Durchsetzung eines begrenzten Interesses geht, sondern strategische Gruppen sich "als eine wesentliche Kraft im Kräftespiel aller strategischer Gruppen einer Gesellschaft insgesamt" verstehen,⁴⁵ die im Zusammenspiel mit anderen Gruppen längerfristig ökonomische, gesellschaftliche und auch politische Ziele durchsetzen wollen.

Der Ansatz strategischer Gruppen trägt dazu bei, den Entwicklungsprozess von Interessengruppen zu Klassen, somit das Entstehen von Klassen, zu verdeutlichen. Dabei grenzen Evers/Schiel Klassen von strategischen Gruppen ab. Klassen verfügen über ein Grundsatzprogramm und sind in Parteien organisiert. Ihr Bestreben ist auf gesellschaftliche Veränderung ("Systemveränderung") gerichtet. Strategische Gruppen hingegen verfolgen nicht das Ziel systemischer Veränderung und sind nicht in Klassen organisiert. Ihnen geht es vielmehr um eingegrenzte Ziele im Interesse des Erhalts bzw. der Erweiterung ihrer Aneignungs- und Entwicklungsmöglichkeiten. Allerdings können sich strategische Gruppen zu Klassen entwickeln.⁴⁶ In Gesellschaften im transformatorischen Umbruch (wie derzeit in China und Vietnam) sind Elite- und Klassenanalyseansätze wenig fruchtbar, weil sich alle sozialen Gruppen und Schichten in einem Umbruchs-, Neuformierungs- und Differenzierungsprozess befinden. Bauern werden zu Arbeitern und (wie auch viele Arbeiter) zu Händlern, Handwerkern oder sogar Unternehmern. Kader und Intellektuelle wandeln sich zum Teil ebenfalls zu Unternehmern. Auch innerhalb der einzelnen Gruppen nimmt der Differenzierungsgrad signifikant zu (wie z.B. innerhalb der Arbeiterschaft: fest angestellte Arbeiter, Vertragsarbeiter, Wanderarbeiter, temporäre Arbeiter, Arbeiter-Bauern; oder der Bauernschaft: Großbauern, Kleinbauern, Landarbeiter, Arbeiter-Bauern, Migranten). Unter solchen Bedingungen massiven sozialen Wandels erscheint uns das Konzept der strategischen Gruppen als Akteurskategorie sehr hilfreich zu sein.

Solche Gruppen bilden sich primär unter Bedingungen gesellschaftlichen Wandels und Umbruchs, d. h. in Phasen mit einem hohen Grad sozialer Mobilität. Neue Gruppen und neue Aneignungschancen entstehen, strategisch wirkende Gruppen versuchen, diese Chancen durch Veränderung und Neugestaltung der Rahmenbedingungen in ihrem Interesse zu verbessern. Ein solches Aktivwerden ist notwendigerweise ein politischer Akt, so dass der strategischen Gruppe das Attribut politischen Agierens beigeordnet werden kann. Dabei bemühen sich solche Gruppen um Koalitionen mit anderen strategischen Gruppen.

Der Begriff "strategisch" bezieht sich in der Regel auf Entwerfung und geplante Umsetzung eines längerfristigen Gesamtkonzeptes, wobei in der Auseinandersetzung mit anderen eine spezifische Zielsetzung erreicht werden soll. Diese Zielsetzung ist notwendigerweise mehrdimensional, da nicht nur ökonomische, sondern auch politische und soziale Ziele angestrebt werden. Diese Mehrdimensionalität ist erforderlich, weil optimale Aneignungs- und Entwicklungschancen nicht nur über die staatliche Akzeptanz ökonomischer Entwicklungsabläufe gewährleistet werden können, sondern auch juristische und politische Absicherung, soziale Akzeptanz und politischen Einfluss erfordern. Im Bereich des *Strategischen Managements* wird Strategie zugleich als *organisatorische Strategie* begriffen, mittels derer Unternehmen sich Wettbewerbsvorteile verschaffen. Über ihre Einbettung in verschiedene Netzwerke (Konkurrenten, Zulieferer, Kunden, Behörden u.a. Institutionen) erhalten sie neue Kontakte, Informationen und Beziehungen, die ihnen erlauben, Mitbewerber auszustechen. Strategie heißt hier, dass Unternehmen ihre Kontrolle über Beziehungen und Netzwerke ausweiten, entweder durch Kooperation in Form von Allianzen, Absprachen oder Vereinbarungen mit Konkurrenten oder durch Kooperation mit Zulieferern und Kunden. Eine

⁴⁵ Evers 1997: 16.

⁴⁶ Ibid.: 68.

strategische Variante besteht in der Einflussnahme auf die Rahmenbedingungen durch politische Aktivitäten, um die Marktinstitutionen in einer für das Unternehmen vorteilhaften Richtung zu verändern (z.B. hinsichtlich der *property rights*, der staatlichen Lenkung und Kontrolle oder der rechtlichen Rahmenbedingungen). In allen Fällen zielt die Strategie des Unternehmens darauf ab, Bedingungen zu schaffen, die den Idealzielen des Unternehmens möglichst nahekommen.⁴⁷

Übertragen auf die politische Dimension legt der Begriff der strategischen Gruppe nahe, dass eine Gruppe mit gemeinsamen Merkmalen und der Existenz gemeinsamer Interessen und Zielvorstellungen diese Zielsetzungen in die Realität umsetzen will, wobei diese Ziele auf Vorteile im gesellschaftlichen Verteilungskampf und auf Verbesserung der dafür notwendigen Rahmenbedingungen dafür abheben. Bei den Zielen handelt es sich nicht nur um materielle Interessen (wie Gewinne oder materielle Güter), sondern auch um symbolische (Prestige) und kognitive (Werte, Selbstverwirklichung). Dabei erscheint es als sekundär, ob diese Interessendurchsetzung und -zielverfolgung als bewusste Strategie oder in Form schrittweiser Kollektivaktionen verfolgt wird, bei denen zunächst nur die Realisierung von Teilzielen und Teilstrategien beabsichtigt ist, während weitgehendere Strategieziele sich erst allmählich abzeichnen. Letzteres bewegt sich - je nach Gestaltungsmöglichkeiten, die eine Gruppe objektiv und subjektiv besitzt - zwischen den Extrempolen systemimmanentem kooperativen und oppositionellem Verhalten. Evers hebt auch die Einbettung in "ein Paradigma der Macht" hervor. Strategische Gruppen besäßen die "Macht, Gesellschaft, Wirtschaft und politisches System so zu gestalten, dass damit optimale Voraussetzungen für die langfristige Aneignung von Ressourcen gegeben" seien.⁴⁸ Macht darf hier nicht nur als politische Macht in Form von Durchsetzungsmacht in formellen Institutionen oder von Droh- und Verweigerungspotential verstanden werden, sondern bezieht sich auch auf informelle Macht, d.h. auf die Durchsetzung von Interessen außerhalb formaler Entscheidungshierarchien sowie auf das Bewusstsein von (bislang nur) ökonomischer Macht zur Gestaltung und Durchsetzung von Interessen.

Unternehmer üben Macht und Einfluss sowohl durch individuelle wie auch durch kollektives Verhalten aus, auf dem Markt wie im politischen Leben. Ökonomisch erfolgt dies etwa durch Investitions-, Standort-, Produktions- und Beschäftigungsentscheidungen, die die politischen Rahmenbedingungen und damit politische Entscheidungen auf lokaler oder regionaler Ebene mit beeinflussen, sozial durch Spenden- und Förderverhalten, politisch durch Netzwerke, Beziehungen, Partizipation in Institutionen oder auch Korruption. Dies kann individuell oder kollektiv (z. B. über Verbände oder Interessenvereinigungen) ausgeübt werden. Größere Unternehmer wiederum sind meist politische Funktionsträger. In autoritären Gesellschaften wie Vietnam und China, wo aktives kollektives Verhalten, vor allem im politischen Bereich, sensitiv ist und rasch auf Misstrauen stößt, stellen politische Kollektivaktionen für Unternehmer immer nur die zweitbeste Entscheidung dar.

Strategien stellen keineswegs automatisch die Machtfrage und werden auch nicht nur im Interesse politischer Macht verfolgt. Wie das Antwortverhalten der von uns befragten Unternehmer gezeigt hat, müssen wir verschiedene Strategien unterscheiden: *Wachstumsstrategien* (im Interesse des Wachstums der Gruppe bzw. ihrer Organisationen), *geschäftliche Strategien* (zur Durchsetzung von Markt- und Geschäftsinteressen), *Stabilitätsstrategien* (im Interesse von gesellschaftlicher oder Gruppenstabilisierung), *politisch defensive* (zur Abwehr von Nachteilen), *politisch offensive* (zur formellen bzw. informellen Durchsetzung von Interessen) oder *Kombinationen verschiedener Strategien*. Da

⁴⁷ Galaskiewicz/Zaheer 1999: 238ff.

⁴⁸ Evers 1999: 2.

die jeweilige Strategiewahl von den konkreten Umständen abhängt, lässt sich auch kein gradliniges und einheitliches Verhalten der Unternehmer als Gruppe feststellen. Strategien und strategische Ziele können sich vielmehr ändern.

Sollen Ziele erreicht, Konzepte umgesetzt werden, dann bedarf es noch weiterer, kognitiver Momente, nämlich Informationen und Wissen oder Metakognition wie die Psychologie sagt, d.h. strategischem Wissen. Strategische Gruppen bzw. ihre Repräsentanten müssen in der Lage sein, Informationen zu verarbeiten, Gruppenziele zu formulieren, zielgerichtete Entscheidungen zu treffen und diese umzusetzen. Das Sammeln strategischer Informationen, strategische Analysen, strategische Planung und die Umsetzung dieser Planung sind also notwendige Attribute strategischer Gruppen und ihrer Interessenorganisationen. Das primäre Ziel der strategischen Planung besteht zunächst in der Auswahl von Schritten, die die Erreichung des angestrebten Ziels sicherstellen.⁴⁹

Hier wird der wichtige Stellenwert einer Interessenorganisation deutlich, die die langfristige Zielverfolgung erst ermöglicht, aber auch einer Führung der strategischen Gruppe, die über die entsprechende Metakognition verfügt. Die strategische Umsetzung muss nicht immer rational und durchdacht erfolgen, sondern kann zunächst durchaus spontan und unstrukturiert sein. Dies impliziert, dass strategisches Handeln nicht a priori gegeben ist, sondern einen Lernprozess darstellt, der sich in Interaktion zwischen Organisation und Gruppe sowie zwischen Organisation und Umwelt vollzieht.⁵⁰

Der Strategiebegriff geht also über seine ursprüngliche militärische Bedeutung weit hinaus, steht vielmehr für eine Programmstrategie. Damit nähert er sich im Grunde dem *Policy*-Begriff an.

Schließlich muss auch der Strategiebegriff noch von einer anderen Warte aus durchdacht werden. Strategische Methoden als Teil einer Gesamtstrategie sind durchaus auch kultur- und regimeabhängig. Stärker als in Europa haben in China und Vietnam Ideen des Daoismus strategisches Handeln geformt. Sunzis strategisches Denken ("Wahrhaft siegt, wer nicht kämpft"), das sich auch in Maos militärstrategischen Überlegungen wiederfindet, hat das alltägliche Denken und Handeln der Chinesen mit geprägt. Unter Bedingungen politischer und rechtlicher Unsicherheit waren taktisches Geschick und Liststrategeme im politischen Leben wichtige Mittel für Machterweiterung, sozialen Aufstieg und politisches Überleben.⁵¹ Vor dem Hintergrund politisch und kulturell unterschiedlicher Entwicklung nimmt der Strategieinhalt daher in China notwendigerweise andere Formen an als in Europa. Nichts verdeutlicht dies besser als der oben zitierte Sunzi, dessen Worte dem strategischen Denken etwa Clausewitz' ("Die beste Strategie ist, möglichst stark zu sein") diametral entgegensteht. Dieses Spezifikum ist bei der Übertragung des Strategiebegriffs auf unterschiedliche Gesellschaften mit zu berücksichtigen.

Zusammengefasst gesagt erscheint uns der Begriff der *strategischen Gruppe* am besten geeignet, das Phänomen der Unternehmerschaft als sozialer Gruppe im gegenwärtigen China und Vietnam zu charakterisieren. Dabei halten wir die folgenden fünf Momente für die Bestimmung als strategische Gruppe für wichtig:

⁴⁹ Vgl. dazu u.a. Radford 1988: 127ff.

⁵⁰ Dazu auch: Pettigrew/Ferlie/McKee 1992: 19ff; Mintzberg 1990.

⁵¹ Vgl. dazu z.B. Sun Tsu 1990 und von Senger 1994.

- (1) Eine Gruppe besitzt eine wichtige Funktion für die gesamtgesellschaftliche Entwicklung sowie die politische Entwicklung und den politischen Wandel einer Gesellschaft.
- (2) Sie tritt als organisierte Interessengruppe mit politischer Verhandlungskraft auf.
- (3) Sie arbeitet "strategisch" im oben genannten Sinne und besitzt strategische Durchsetzungsfähigkeit, die formell und informell erfolgen kann.
- (4) Die Interessenorganisationen verfügen über strategisches Wissen, eine strategische Planung und über die Kapazität zur Umsetzung dieser Planung.
- (5) Habitus und Einstellungen der Mitglieder der Gruppe wirken gesellschaftlich wertebildend und -verändernd.

Diese fünf Kriterien verdeutlichen, dass Unternehmer nicht nur *Kollektivagenten* sind, sondern auch *kollektive Symbole*. Keller hat dem Letzteren drei Ebenen zugeordnet: die *kognitive* (fachliche Versiertheit und Kenntnisse), die *moralische* (Werte und Einstellungen) und die *expressive* Ebene (Emotionen, Verhaltensweisen).⁵² Unternehmer wirken auf diese Weise als Vorbilder für Gesellschaft und Individuen sowie als Modelle und Hoffnungsträger. Sie handeln einerseits kollektiv über ihre Interessenorganisationen, stehen aber andererseits symbolisch für ökonomische Autorität, Professionalismus, wirtschaftliche Entscheidungsträgerschaft, unternehmerischen Erfolg, Reichtum und einen spezifischen Lebensstil. Das Symbolische umfasst auch bestimmte moralische Erwartungen (*Arbeitgeber*, Förderung sozialer Wohlfahrt, soziales Verhalten), Wert- und Ordnungsvorstellungen. Die Kreierung eines solchen Symbolcharakters lässt sich an einem konkreten Beispiel verdeutlichen: Ein Unternehmer schrieb Ende 1999 in der Parteizeitung, die Unternehmer des 21. Jahrhunderts hätten zugleich Politiker (*zhengzhijia*), Denker (*sixiangjia*) und Künstler (*yishujia*) zu sein. Politiker, weil ihre Tätigkeit untrennbar mit Politik im Sinne der politischen und rechtlichen Rahmenbedingungen verbunden sei, an deren Gestaltung sie aktiv mitwirken müssten; Denker, weil die Entwicklung eines Unternehmens von ihrer Philosophie abhängen, Künstler, weil sie anderen Menschen mit Empathie, Verständnis und Einfühlungsvermögen begegnen müssten.⁵³ Hier wird, wie in so vielen Pressebeiträgen von Unternehmern, das Universale, Strategische und Modellhafte des Unternehmertums herausgestellt und damit an einer gesellschaftlichen Vorbildrolle gefeilt. Auch dies ist Teil der Strategie strategischer Gruppen. Der Begriff der strategischen Gruppe beinhaltet neben strategischem Handeln von daher auch das Moment strategischer Symbolik (Unternehmer als Symbole für bestimmtes Verhalten und spezifische Werte, dazu s.u.).

Beim strategisch-aktiven Teil der Unternehmerschaft handelt es sich in der Regel um größere, bedeutendere und gebildetere Unternehmer, die überdies öffentliche Funktionen wahrnehmen. Dieses Unternehmersegment ist selbstbewusster als kleinere Unternehmer, vor allem wenn es sich um Personen aus gehobenen Schichten handelt. Selbstbewusstere Personen verhalten sich offensiver und setzen sich strategischer für ihre Interessen ein. Diese Gruppe ist es auch, die sich als Kern einer *strategischen Elite*, die Führungskraft besitzt und als anerkannte Sprecher und Repräsentanten aus der kollektiven strategischen Gruppe der Unternehmer herauszuheben beginnt. Die Unternehmerschaft bildet sich zwar als ökonomische Elite heraus, nicht jedoch als strategische. Aufsteiger, d.h. Personen, die aus unteren Schichten stammen, kleine Unternehmer oder solche, die bereits einmal politisch oder sozial geächtete Verfehlungen begangen haben, haben häufig Angst oder Bedenken, sich politisch oder sozial zu engagieren und versuchen sich politisch konform zu verhalten. Chinesische Untersuchungen unterstreichen, dass auch kleinere Individualwirtschaftende eher geneigt sind, Politik als etwas Negatives zu begreifen ("Politik ist eine üble Sache" oder "Politik ist eine

⁵² So Keller 1963: 154.

⁵³ Wei Jiafu 1999.

Angelegenheit einer kleinen Minderheit") als Privatunternehmer. Auch sie neigen daher stärkerer zu politischer Indifferenz.

Die Kritik, der Ansatz strategischer Gruppen beziehe sich auf unklare Bezugsgrößen, trifft auf unsere Akteursgruppe so nicht zu, weil Unternehmer trotz aller Unterschiede zunehmend eine deutlich abgegrenzte Gruppe mit einheitlichen Identifikationsmerkmalen darstellen. Sie unterscheiden sich damit von diffusen Gruppenbegriffen wie "Bürokratie" oder "Mittelklassen" und lassen sich analytisch relativ klar verorten. Das heißt nicht, dass sie ad personam einheitlich denken und handeln, sondern dass sie sich in Interessenorganisationen zusammenschließen, über die sie die Realisierung und Durchsetzung gemeinschaftlicher Ziele erreichen wollen. Diese Interessenorganisationen sind der Ausdruck kollektiven Handlungswillens und -bedarfs der Unternehmer.⁵⁴ Die Bildung zur strategischen Gruppe erfolgt prozesshaft. Das bedeutet in unserem Fall, dass der Gruppenbildungsprozess der Unternehmer nicht abgeschlossen ist, sondern eher eine tendenzielle Entwicklung darstellt, gerade weil sich die Unternehmerschaft im *status nascendi* befindet.

Ein erweiterter Ansatz von Schubert/Tetzlaff und Vennwald spricht von "strategischen und konfliktfähigen Gruppen (SKOG)". Er geht von den Transitionserfahrungen Taiwans, Südkoreas u.a. Länder aus, bezieht sich von daher auf ganz spezifische Übergangsabläufe. Für unsere Analyse ist dieser Ansatz wenig geeignet, weil die Unterteilung in (herrschende) strategische und (oppositionelle) konfliktfähige Gruppen für die Analyse politischer Prozesse in China und Vietnam gegenwärtig wenig ergiebig ist. Wir könnten uns dann wesentlich nur auf die Partielite und auf die "Dissidentenebene" beziehen. Alle anderen Gruppen ließen sich weder als "herrschend" noch als "oppositionell" bezeichnen. Das SKOG-Konzept erschwert in unserem Fall die Herausarbeitung von Verwebungen zwischen verschiedenen Akteursgruppen, begreift den Staat als monolithischen Block und klammert informelle Mechanismen weitgehend aus. Der Vorteil des Bielefelder Ansatz besteht ja gerade darin, dass er den Staat als strategisches Feld, nicht als "Struktur", sondern als "Prozess" begreift und damit eine starre Trennung Staat - strategische Gruppen vermeidet. Es geht in China und Vietnam auch nicht um das Vorhandensein eines "hinreichenden Droh- und/oder Verweigerungspotentials" und um die Konfliktbereitschaft konfliktfähiger Gruppen zur Durchsetzung ihrer Interessen. Vielmehr existieren hier vielfältige andere Durchsetzungsmechanismen (vgl. Abschnitt 5).⁵⁵

Auf eine Schwäche des Ansatz strategischer Gruppen weist das SKOG-Konzept allerdings hin, dass nämlich der Gruppenbegriff im Prinzip zu unspezifisch ist, weil er herrschende und aufstrebende, mächtige und weniger mächtige, kleine und große Gruppen unterschiedslos unter einen Begriff subsumiert und somit eine gewisse Beliebigkeit erzeugt. Von daher erscheint uns die Einbeziehung des oben erwähnten Bourdieu'schen Konzeptes des *Kapitalgesamt Volumens* hilfreich zu sein, weil dessen Komponenten Auskunft geben über Ressourcen zur Einbringung, Organisierung und Durchsetzung von Interessen, bislang eine Schwachstelle des Ansatzes strategischer Gruppen. Hilfreich erscheint uns auch eine Unterscheidung von *strategischen Gruppen* und *strategischen Eliten*, wobei der Elitestatus von uns durch eine anerkannte Führungsrolle in einem gesellschaftlichen Teilsegment (bei Unternehmern das ökonomische), die gesellschaftliche Normen- und Wertepprägung, die Beeinflussung sozialen Wandels u.a. definiert worden ist. Zur Elitebestimmung ist nicht nur das Kapitalgesamtvolumen einzubeziehen, sondern auch die verschiedenen Einflusskomponenten in Bezug auf sozialen Wandel, die den Elitebegriff prägen.

⁵⁴ Zur Kritik des Ansatzes vgl. Neelsen 1988 und 1989; Berner 1991 oder Schubert/Tetzlaff/Vennwald 1994: 64ff.

⁵⁵ Dazu: Schubert/Tetzlaff/Vennwald 1994: 64ff.

Bereits 1963 hat Suzanne Keller sich mit dem Begriff der "strategischen Eliten" auseinandergesetzt und dargelegt, dass zwischen unterschiedlichen Elitetypen differenziert werden müsse. Zwar seien alle Eliten in der einen oder anderen Weise wichtig, aber nur einige wenige für die Gesellschaft insgesamt. Diese müssten von den übrigen unterschieden werden. Es existiere also eine Eliten-Hierarchie. Diejenigen, deren Aktivitäten, Haltungen und Entscheidungen entscheidende Konsequenzen für die Gesamtgesellschaft hätten, stellten die *strategischen Eliten* dar. Ob es sich um eine solche strategische Elite handle, hänge nicht von Aktivitäten schlechthin ab, sondern davon, wieviele Mitglieder der Gesellschaft direkt davon berührt seien.⁵⁶ Obwohl wir glauben, dass das Agieren der Unternehmer in China und Vietnam zunehmend Einfluss auf die Gesamtgesellschaft nimmt, wollen wir noch einmal unterstreichen, dass wir nicht behaupten, bei der Unternehmerschaft handle es sich bereits um eine strategische *Elite*. Wir sprachen oben vielmehr von einer *potentiellen Elite*, deren Potential im folgenden Abschnitt herausgearbeitet werden soll.

5. Transformatorisches und Strategisches Potential der Unternehmer

5.1 Transformatorisches Potential als Voraussetzung für Strategiebildung

Unternehmer und die damit verbundene Trägerschaft von Betriebseigentum stärken Markt, Marktabläufe, Marktregeln und Wettbewerb. Sie tragen dazu bei, monopolistische Marktstrukturen aufzubrechen und fördern die Akzeptanz marktwirtschaftlicher "Spielregeln" in Bevölkerung und Bürokratie, Faktoren, die wiederum die unternehmerischen Rahmenbedingungen erweitern helfen.⁵⁷ Zugleich aber agieren Unternehmer als Interessengruppe, die sich in Interessenvereinigungen (wie Unternehmerverbänden) organisiert und Netzwerke bildet, um gemeinsame Interessen und Ziele gegenüber der Bürokratie und in der Politik durchzusetzen. Von daher manifestiert sich in diesen Organisationen das kollektive Handeln der Unternehmerschaft.

Das transformatorische Potential besteht wesentlich in folgenden Faktoren:

- Unternehmer setzen zunächst einen dynamischen Wirtschaftsprozess in Gang. Über ökonomische Neuerungen leiten sie gesellschaftliche Veränderungsprozesse ein. Konkret auf China bezogen meint dies u. a. Momente wie marktgerechtes Verhalten, das sich vom Wirtschafts- und Bewirtschaftungsverhalten der öffentlichen Betriebe grundsätzlich unterscheidet, Risiko- und Leistungsbereitschaft sowie abweichendes Verhalten zur Durchsetzung eigener Wirtschafts- und Sozialinteressen.
- Sie tragen bei zum Aufbau eines Marktsystems und zur Durchsetzung eines Marktdenkens.
- Ihr Wirken führt zu einer stärkeren Trennung von Staat und Wirtschaft.
- Unternehmer sind keineswegs nur profitorientiert und können dies auch nicht nur sein. Auch nicht-monetäre Anreize (psychische Profite) spielen eine Rolle (wie gesellschaftliche Anerkennung). Vor allem erfordert die Realisierung der ökonomischen Aufgaben zugleich soziales und politisches Engagement und damit Beeinflussung von politischem In- und Output.

⁵⁶ Keller 1963: 19/20.

⁵⁷ Vgl. Lageman/Friedrich/Döhrn 1994: 27/28.

- Sicherheit und Risikominimierung machen die Schaffung sozialer Beziehungen und Netzwerke notwendig. Letztlich verlangen sie einen rechtlichen Rahmen, die Herstellung sozialer und politischer Kontakte sowie die Organisierung in Interessenverbänden, um gegenüber dem Staat eine stärkere Verhandlungsbasis zu haben und vorteilhafte Rahmenbedingungen durchsetzen zu können. Auf diese Weise können Unternehmer als Protagonisten eines Rechtssystems wirken. Zwei Mechanismen sind in dieser Hinsicht denkbar: einerseits die Nutzung von *Guanxi*-Beziehungen, Netzwerken und Patronagemustern, andererseits Druck im Sinne des Ausbaus des Rechtssystems. Solange - vor allem unter unvollkommenen Marktbedingungen - kein funktionierendes Rechtssystem etabliert wurde, die Unternehmer kein Vertrauen in Rechtsinstitutionen besitzen, wird der Beziehungsmechanismus vorrangig bleiben. Aber rationale, verlässliche Geschäftstätigkeit lässt sich langfristig nicht allein auf Beziehungen gründen, weil dies das Moment der Unsicherheit und Willkür beinhaltet. Die Entwicklung von Eigentum und Unternehmertum bedarf letztlich der Rechtssicherheit, der Formalisierung und Institutionalisierung von Recht. Privatwirtschaft und Unternehmertum erfordern also, wie wir oben bereits ausgeführt haben, gesetzliche Bestimmungen und Kontrollmechanismen und damit gesetzliche Absicherung. Sie verlangen neue Institutionen, begünstigen die Ausweitung von Marktverhältnissen, fördern die Herausbildung eines nichtstaatlichen Finanzsektors usw.
- Unternehmerschaft ermöglicht einen höheren Grad an Freiheit, Individualismus, Selbständigkeit, und Selbstverantwortung. Unternehmer bewegen sich weniger in staatlich gebundenen Strukturen als auf dem Markt. Von daher besitzen sie größere Selbständigkeit und größeren gesellschaftlichen Freiraum. Genau dies prägt auch ihre Wirtschaftsgesinnung und ihren Drang nach Ausweitung dieses Freiraums in der ökonomischen, sozialen und politischen Sphäre, in der Unternehmer notwendig agieren müssen. Von daher besitzen sie die Funktion eines Akteurs, der zunächst seinen eigenen Handlungsrahmen erweitert, dadurch zugleich aber auch den der Gesellschaft gegenüber dem Staat.
- Das Wirken der Unternehmer führt zu Veränderungen des Sozialgefüges.
- Ein spezifisches Konsumverhalten prägt Werte- und Verhaltenswandel mit.
- Sie durchbrechen eingefahrene Muster und verändern so nicht nur Werte, sondern auch Institutionen.

Wir oben erwähnt, üben die Unternehmer als Funktionsträger zugleich "Macht" aus. Unter Macht verstehen wir dabei nicht nur Potentiale zur Durchsetzbarkeit des eigenen Willens (wie Max Weber oder Amitai Etzioni), sondern - im Sinne von Parsons - Durchsetzungskraft, die sowohl auf Gewalt und Stärke (*force*) als auch auf Überzeugung und Konsens beruhen kann.⁵⁸ In diesem Sinne muss Macht viel stärker als Interaktionsprozess und darf nicht als bloßer vertikaler Durchsetzungsmechanismus begriffen werden. Entsprechend vermögen private Unternehmer Macht auszuüben auf Grund ihres Agierens im sozialen System und ihrer Beteiligung an der Gestaltung der sozialen Ordnung, ihres preliären Status (Vermögen, das für politische Einflussnahme eingesetzt werden kann), ihrer Beziehungsnetzwerke, ihres kulturellen (lokales Prestige) oder politischen Kapitals (Einbindung in politische Institutionen: Partei, Volkskongresse etc.) sowie durch ihre Interessenverbände, die nicht als *pressure groups* wirken, sondern politischen Input durch soziale Beziehungen und Netzwerke erzeugen. Dabei wirken private Unternehmer durchaus auch als *gesellschaftliche* Neuerer und

⁵⁸ Vgl. dazu Parsons 1967. Kaplan 1964 formuliert Macht entsprechend als "the ability of one person or group of persons to influence the behavior of others, that is, to change the probabilities that others will respond in certain ways to specified stimuli".

change agents.⁵⁹ Aufgrund dieser Funktion gelten sie, in Vietnam weit stärker als in China, als soziale Abweichler (*social deviants*), weil sie zur Veränderung der bestehenden Strukturen, Institutionen und Einstellungen beitragen und damit das System *potentiell* bedrohen.⁶⁰ Dies hatte bereits der Konfuzianismus erkannt und daher - wie oben gezeigt - Kaufleute und Handwerker am Ende der sozialen Hierarchie eingeordnet.

Andererseits wirken Unternehmer auch als indirekte Agenten des Wandels, denn ihr Wirken führt zu einer Veränderung des Sozialgefüges, zu einer stärkeren Trennung von Staat und Wirtschaft und längerfristig zu einer Stärkung des Rechtssystems, zumal Unternehmer sich verstärkt um gesellschaftlichen Aufstieg bemühen. An die Stelle von zunächst einfachen Wirtschaftsrechten traten in den letzten Jahren differenzierte rechtliche Bestimmungen, wie ein Handels-, Vertrags- und Gesellschaftsrecht.⁶¹ Die Differenzierung im wirtschaftsrechtlichen Bereich begünstigt zunehmend die Diskussion über die Absicherung gesellschaftlicher und auch politischer Rechte und Pflichten in der Gesamtgesellschaft.

Generell lassen sich folgende gesellschaftlich-politische Zielsetzungen privater Unternehmer in China/Vietnam benennen:

- Drang nach politischer und ökonomischer Sicherheit sowie rechtlicher Absicherung;
- Ablehnung von Dominanz und Bevorzugung staatlicher Eigentums- und Verteilungsstrukturen;
- Aversion gegen permanente Einmischungsversuche von Staat und Partei in Geschäftsabläufe.

Unternehmertum bedeutet und verlangt daher auch die freie Entfaltung des Individuums, freie Entscheidungsmacht und Verfügungsmacht (über das Eigentum), eine offenere und wettbewerbsorientierte Wirtschaft und Gesellschaft. Der Wunsch nach freiem Informationsfluss im Betriebsinteresse (Wirtschafts- und Marktinformationen) fördert zugleich den Wunsch nach Informationen auch in anderen Bereichen (gesellschaftlich-politische).⁶²

Unternehmer verfügen zugleich über ein größeres Maß an ökonomischer und politischer Unabhängigkeit. Sie entziehen sich der Parteikontrolle oder sie wirken (als Mitglieder) in der Partei und tragen durch Hineintragung devianter Ansichten und Einstellungen sowie durch Einsatz ihres pretialen Status zu deren Veränderung bei. Da keine politischen Alternativstrukturen existieren, wird im Interesse der eigenen Geschäftstätigkeit Kooperation mit Parteiinstitutionen gesucht (Mitgliedschaft, Beziehungen, Korruption). Der Wunsch nach gesellschaftlicher Stabilität im Interesse des Unternehmens und nach individueller Entscheidungsfreiheit im Interesse der "Erwerbsidee"⁶³ steht aber langfristig in Widerspruch zum Monopolanspruch der KP. Dies macht die Unternehmerschaft zu *potentiellen* Opponenten. Das oppositionelle Moment ist hier nicht als offene Opposition oder Konfrontation zu begreifen - dies wäre unter den Bedingungen eines autoritären Systems gefährlich -, sondern umfasst alle Faktoren, die das bestehende System in seinen Grundstrukturen zu verändern helfen, d. h. zu weiterer Öffnung und Pluralisierung beitragen oder zum Wertewandel in Richtung Öffnung, Pluralisierung und Individualisierung. Vaclav

⁵⁹ Broehl 1978: 1.

⁶⁰ Vgl. dazu auch Hoselitz 1969: 38ff.

⁶¹ Siehe etwa Renmin Ribao, 15.8.98.

⁶² Dazu: Sullivan 1994.

⁶³ Der Begriff stammt von Sombart 1909: 708.

Havel hat darunter all das gefasst, "womit die wirklichen Intentionen des Lebens die Grenzen überschreiten, die ihnen von den Intentionen des Systems aufgezwungen worden sind".⁶⁴ Er hat damit den Oppositionsbegriff auch auf informelle und individuelle Verhaltensweisen ausgedehnt.

Auch das oben erwähnte Moment der strategischen Symbolik muss als Teil des transformatorischen Potentials begriffen werden. Während das Symbolische sich in dem Modellcharakter, dem Habitus, Lebensstil und in sozialem Handeln manifestiert und erst dann gesellschaftswirksam wird, wenn die Vorbildhaftigkeit gesellschaftlich akzeptiert wird, sind die genannten Symbolebenen zugleich wichtige Prämissen für gesellschaftliche Akzeptanz und sozialen Aufstieg. Kollektives Handeln und symbolisches Handeln gehen dabei Hand in Hand. Dabei kommt es nicht auf die Symbolik und das Handeln einzelner Unternehmer an. Unternehmer können vielmehr nur dann kollektiv und symbolisch handeln und Einfluss nehmen wenn sie organisiert sind (etwa in Verbänden). Sie handeln insofern auch nicht als Klasse, sondern organisiert in Form von Verbänden. Zum anderen wirken sie in Form von *collective action*, d.h. als individuelle Akteure, wobei die Summe der informellen, nicht organisierten und nicht abgesprochenen Handlungen verändernd wirkt. Von daher führt die Existenz einer Unternehmerschaft zu einer Zunahme des gesellschaftlichen gegenüber dem staatlichen Raum. Wo es keine Unternehmer gibt, muss notwendigerweise der Staat als unternehmerischer Akteur auftreten. Unternehmerisches Wirken führt somit zu einer Reduzierung der staatlichen Kontrolle über die Ökonomie. Dies wird durch die Existenz von Netzwerken verstärkt, die auch als selbständige Steuerungsmechanismen ohne Staat begriffen werden müssen. Neben aktiver Gestaltung und Veränderung gibt es überdies einen informellen Rahmen bzw. einen informellen Raum, in dem sich eine soziale Infrastruktur für Wandel herausbildet. Dies berührt im Falle Chinas und Vietnams etwa die Herausbildung marktwirtschaftlicher Strukturen, die von Unternehmern *qua Position* gefördert wird, nämlich durch unternehmerisches Handeln. Und eine erfolgreiche Marktwirtschaft schafft, wie wir wissen, ökonomische Voraussetzungen und einen Druck in Richtung Demokratisierung. Erfolgreich heißt hier, dass ein handlungsfähiger Staat existiert, der Entwicklung bewusst betreibt, und zwar eine Entwicklung, die das Entstehen allzu großer räumlicher und schichtenmäßiger Ungleichheit in Grenzen hält und für die absolute Mehrheit ökonomische und soziale Vorteile bringt (Südkorea und Taiwan sind solche Beispiele). Zweitens wirken Unternehmer durch ihren Habitus verändernd, indem sie zur Veränderung von Einstellungen und Werten (etwa in Bezug auf Wohlstand, Reichtum, Eigentum, Luxus, aber auch was Momente wie Wettbewerb, ökonomische Freiheiten, Innovation und Marktverhalten anbelangt), von Strukturen (Unternehmerverbände, öffentliche Einkommensstruktur auf lokaler Ebene, Arbeitsmarkt, Rechtsinstitutionen) beitragen. Sie wirken als Trendsetter und Geschmacksvorbilder. Einstellungen und Werte sind ja keine individuellen Merkmale, sondern werden primär durch interaktive Prozesse innerhalb von Gruppen gebildet und verändert. Auf dem Abschlussworkshop zu unserem Forschungsprojekt erklärte der Direktor des chinesischen Partnerinstituts Cao Yuanzheng entsprechend, die wichtigste Rolle des Privatsektors bestehe in dessen Funktion, das "Denken, die Vorstellungen und Werte der Menschen zu verändern".⁶⁵

Zugleich ist ein zentrales Kennzeichnen von Unternehmern, nämlich Innovation, nicht nur eine ökonomische Aktion, sondern hat auch mit sozialer Veränderung, mit der Umwertung von Werten⁶⁶ zu tun. Umwertung von Werten bedeutet, dass der Unternehmer Werte anders interpretiert und damit alte Denkmuster in Frage stellt. Diese verändernde Seite des

⁶⁴ Havel 1990: 44.

⁶⁵ Cao Yuanzheng am 14.5.99 in Duisburg.

⁶⁶ Vgl dazu auch Groys 1999: 63ff.

Unternehmertums als *potentiellem und strategischem Akteur von Wandel* ist in der Literatur weitgehend übersehen worden. Überdies nutzen Unternehmer ihr ökonomisches zur Erweiterung ihres sozialen und politischen Kapitals, etwa durch Spenden (strategische Philanthropie) im Interesse öffentlicher Belange oder indem sie *Guanxi* zu Funktionären herstellen und entwickeln, sowohl individuell als auch über Netzwerke. Die strategische Nutzung von *Guanxi*, Netzwerken, Allianzen sowie Verhandlungsprozesse im strategischen Interesse der Unternehmer als Gruppe muss als Teil der Strategieplanung begriffen werden. Das Interesse der absoluten Mehrheit der befragten Unternehmer an der Schaffung eines nicht-staatlichen Unternehmerverbandes verdeutlicht den Wunsch nach stärkerer und eigenständigerer Mitgestaltung von Politik. Und letztlich ist die Tätigkeit der Unternehmer in formellen Strukturen ein wichtiges Mittel zur Beeinflussung von Politik. Nicht nur ist ein überdurchschnittlicher Prozentsatz an Unternehmern Mitglied der Partei. Der Wunsch, in die Partei einzutreten oder einen Sitz im Parlament oder in den Politischen Konsultativkonferenzen einzunehmen, ist groß.

Der wachsende Anteil an Parteimitgliedern unter den Privatunternehmern und der Versuch der Einbindung dieser Gruppe in Parteiaktivitäten wird die ideologische und organisatorische Umgestaltung der Partei beschleunigen, weil hier eine Gruppe mit ökonomischer Interessenausrichtung, bei gleichzeitigem Partizipationsinteresse und signifikantem ökonomischen Machtpotential, entscheidenden Einfluss auf die künftige Politikgestaltung nehmen wird. Bereits 1994 hat die chinesische Parteiführung darauf hingewiesen, dass der Kauf politischer Ämter, von Wählerstimmen und von Funktionären durch Privatunternehmer im ländlichen Raum immer ernstere Formen annehme, wobei sich diese Phänomene bereits in die Städte hinein auszubreiten begännen. Immer mehr Privatunternehmer hätten erkannt, dass Wirtschaft und Politik nicht voneinander zu trennen seien.⁶⁷ Einer der größeren Privatunternehmer brachte dies auf die Formel "Unternehmer müssen in China Politiker sein; wenn sie es nicht verstehen, politisch zu sein, scheitern sie".⁶⁸

Allerdings kann strategischen Gruppen nicht unterstellt werden, sie seien per se Protagonisten eines Demokratisierungsprozesses. Dies hängt von den jeweiligen sozio-ökonomischen Konstellationen ab, unter denen eine Gruppe agiert. Evers/Schiel haben verschiedene Aneignungsformen unterschieden und daraus auf unterschiedliche politische Verhaltensweisen geschlossen. Der von uns behandelten Gruppe (Unternehmer) wird das Attribut der "korporativen Aneignung" zugeordnet. Einerseits würden dieser Gruppe Eigentumsrechte und Organisationsmöglichkeiten garantiert, andererseits sei sie der Tendenz ausgesetzt, durch Patronage, Netzwerksverbindungen und Nutzung sozialer Beziehungen ihre Aneignungschancen zu verbessern und ihren politischen Einfluss zu erhöhen. Sie befände sich von daher in einer "ambivalenten Mittelposition"⁶⁹, eine Bestimmung, die uns auch auf die Unternehmerschaft in China und Vietnam zuzutreffen scheint.

Politisch gesehen scheint es verfrüht zu sein, bereits jetzt von einem *eindeutigen* "strategischen Handeln" der Unternehmer zu sprechen, weil ein solches Handeln politisch zielgerichtet sein und organisiert verfolgt werden müsste. Greifen wir jedoch auf die organisatorische Strategie des *Strategischen Managements* zurück, durch die Unternehmer im Interesse von Wettbewerbsvorteilen die Kontrolle von Beziehungen über Kooperationen und politische Aktivitäten suchen, so konkretisiert sich der Strategiebegriff. Kooperationen und Absprachen mit anderen Unternehmern, Etablierung und Mobilisierung von Beziehungen und Netzwerken und politische Aktivitäten in formellen Institutionen (Partei, Volkskongresse u.a.)

⁶⁷ Lu Yusha 1994: 4-5.

⁶⁸ Tyson/Tyson 1995: 54.

⁶⁹ Evers/Schiel 1988: 46/47.

dienen alle dem Ziel, auf die Rahmenbedingungen Einfluss zu nehmen und die Situation der Unternehmer und ihrer Betriebe so günstig wie möglich zu gestalten. Dies gilt auch für den politischen Raum, wobei die Organisierung von Kontrolle gegenwärtig ein zentrales strategisches Ziel darstellt. Organisatorisches Medium dafür sind die bereits bestehenden Verbände, die im Rahmen der Vorgaben der Partei/des Staates vorsichtig wirtschaftspolitische Zielsetzungen auf lokaler und nationaler Ebene formulieren. Dazu zählen auch Forderungen wie, der (dem Verwaltungsamt für Industrie und Handel administrativ unterstehende) Verband für Privatunternehmen müsse eine "unabhängige juristische Person" werden, die ohne Einfluss von Behörden reine Interessenorganisation der Privatunternehmer sein sollte.⁷⁰ So wollen in China die dem Verwaltungsamt für Industrie und Handel unterstehenden Verbände darauf hinarbeiten, dass sie autonome Interessenvereinigungen der Unternehmer werden können, d.h. "unabhängige juristische Personen und gesellschaftliche Vereinigungen".⁷¹ Die Mitgliedschaft soll dabei freiwillig sein.⁷²

Es sollte auch darauf hingewiesen werden, dass Unternehmer keineswegs nur gesellschaftlich positiv agieren. Der *symbiotische Klientelismus*⁷³, d. h. die Allianz zwischen Kadern und Unternehmern im Interesse beiderseitigen, dyadischen Nutzens, durch die der Unternehmer Zugang zu Ressourcen und Gewinnchancen erhält, zugleich aber Schutz vor behördlicher Willkür und weiches Auslegen von Vorschriften, ändert an dieser Veränderungsfunktion nichts. Ein Unternehmer, der einen Steuerbeamten bewirtet, um einen Steuernachlass zu bekommen, sichert sich dadurch nicht nur einen höheren oder überhaupt einen Gewinn, den er wieder investieren kann, sondern er verändert auch das Verhalten des entsprechenden Beamten, der, für beide durchaus vorteilhaft, auf diese Weise wiederum zur Entwicklung des Unternehmens beiträgt. Überdies sollte dies als Teil des Verhandlungsprozesses zwischen Bürokratie und Unternehmerschaft begriffen werden, die, wenn auch über Korruption, einen Kompromiss und Konsens herstellt. Die politischen Kosten derartiger Korruption tragen zwar zur Destabilisierung des Gesamtsystems bei, doch an der informellen Wandlungsfunktion der Unternehmer ändert dies nichts. Und letztlich ist der Wechsel vom abhängigen zum symbiotischen Klientelismus ein deutliches Signal für die Veränderung der Unternehmerstellung in China und Vietnam.

Róna-Tas unterscheidet zwischen der *Erosion des Sozialismus*, die mit der Zulassung individualwirtschaftlicher Kleinbetriebe einsetzt, und der *Transition vom Sozialismus* als Ergebnis der Herausbildung moderner Privatunternehmen.⁷⁴ Diese Differenzierung kennzeichnet den Unterschied zwischen der ersten Phase spontaner Privatisierung, die charakterisiert ist durch die spontane Ausdehnung informeller Wirtschaftstätigkeit in Kleinhandel und -handwerk und der zweiten Phase, in der sich Unternehmer herausbilden, die durch Kapital und Berufskennntnisse soziale Macht erlangen. In dieser Phase wird der Privatsektor dem Staatssektor gleichgestellt. Ein solcher Dualismus vermag indessen nicht zu erklären, wie diese Transformation vonstatten geht und wer ihre Träger sind. Von daher erscheint mir eine Unterscheidung sinnvoll, die stärker akteursbezogen ist und vom Veränderungspotential dieser Akteure ausgeht:

⁷⁰ Vgl. etwa Zhongguo Gongshang Bao, 20.11.98.

⁷¹ Ibid.

⁷² Zhongguo Gongshang Bao, 19.3.99.

⁷³ Wank 1995: 52.

⁷⁴ Róna-Tas 1994.

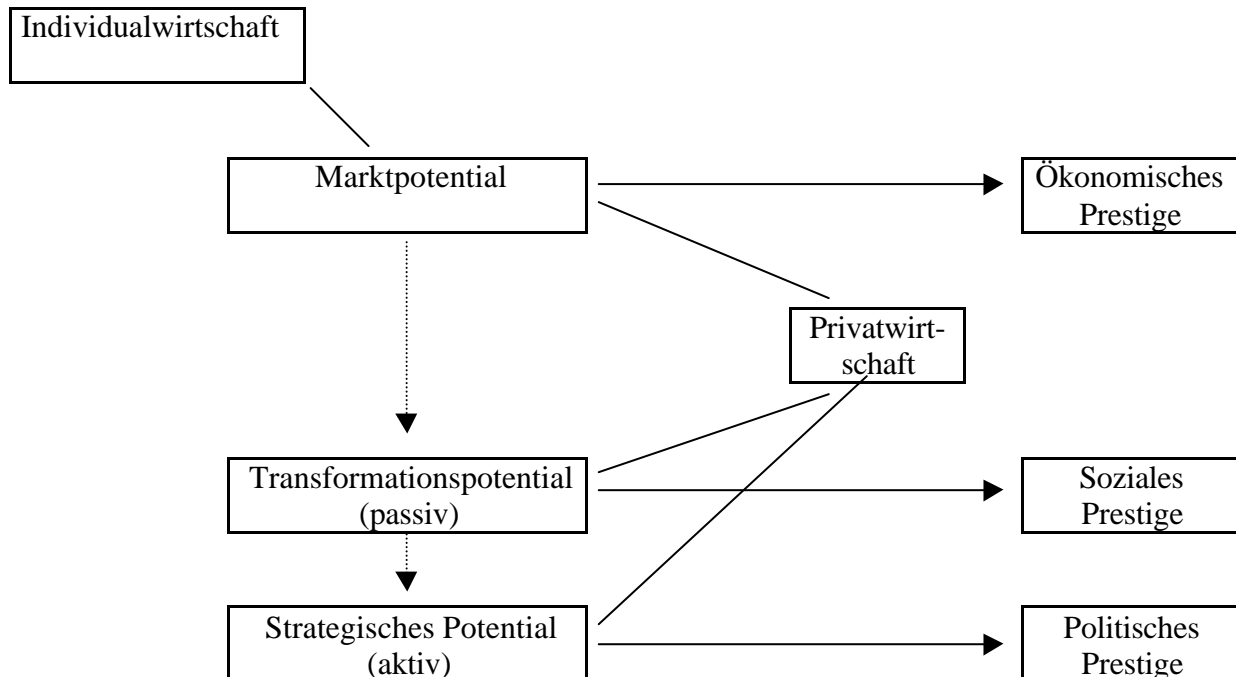
Abb. 1: Potentiale des Privatsektors

Abb. 1 klassifiziert drei Dimensionen von Veränderungspotential. In der ersten Stufe führt der Individualsektor zur Ausweitung marktwirtschaftlicher Verhältnisse, aus denen dann auch größere Privatunternehmer hervorgehen. Erfolgreiches Agieren auf dem Markt schafft ökonomisches Prestige. Das Wirken der größeren Unternehmer in der Gesellschaft verändert Institutionen und Werte und trägt bei zur Ökonomisierung der Gesellschaft, Voraussetzungen für Transformationspotential, das die Gesellschaft verändert. Dieses Potential sichert den Unternehmern soziales Prestige. Ihre ökonomische und gesellschaftliche Rolle erlaubt den Unternehmern den Einstieg in den politischen Markt: Politisch sollen gemeinsame Interessen verfolgt (wie rechtliche Absicherung, politische Gleichstellung usw.) und organisatorisch abgesichert werden. Durch Gemeinschaftsbildung und Organisation entsteht strategisches Potential, das zu einem Anstieg des politischen Prestiges der Unternehmer führt.

Das in diesem Abschnitt erläuterte Potential als *agent of change*, die wachsende Selbst- und Eigenverantwortung, die Ausweitung des gesellschaftlichen Raums, in dem Unternehmer agieren, der Drang nach rechtlicher Absicherung und das wachsende Machtpotential, letztlich das transformatorische Potential, bilden die Grundlagen für Strategientwürfe und strategisches Handeln der Unternehmer als sozialer Gruppe.

5.2 Gruppenziele

Der Begriff der "Strategie" impliziert, dass eine Gruppe planmäßig oder spontan Gruppenziele durchzusetzen sucht. Von daher stellt sich die Frage, inwieweit die Markierung "strategisch" auf die Unternehmerschaft in beiden Ländern zutrifft. Olson hat z.B. hinterfragt, ob Gruppen tatsächlich spontan kollektive Gruppenziele verfolgen. Ein altruistisches Hintanstellen eigener, individueller Interessen gegenüber Kollektivinteressen hält er eher für die Ausnahme. Es bedürfe vielmehr spezifischer Anreize oder der Anwendung von Zwang,

um Interessenorganisationen zu bilden.⁷⁵ Die Entwicklung in China und Vietnam scheint diese Auffassung zu belegen. Das Unternehmertum entstand zunächst spontan und in Abweichung von offizieller Politik. Die Erzielung möglichst rascher Gewinne in einem Umfeld, das längerfristiges Wirtschaftshandeln als unsicher erschienen ließ, Anpassung an die politischen Rahmenbedingungen und das prioritäre Setzen auf *Guanxi* und Netzwerke förderten das Einzelkämpferdenken der Unternehmer. Das Bild relativiert sich aber, wenn das Prozesshafte der Unternehmerentwicklung verdeutlicht wird. Die Geschichte der Wiederentstehung des Privatunternehmertums lässt sich in die Stadien (a) schattenwirtschaftliche Existenz, (b) Bemühen um Akzeptanz, (c) Ersetzung politischer durch ökonomische Kontrolle⁷⁶ sowie (d) rechtliche Absicherung und Gleichstellung einteilen. Der schattenwirtschaftliche Charakter wurde bereits abgelegt, die Akzeptanz konsolidiert sich, bei der Ersetzung der politischen Kontrolle durch ökonomische und bei der rechtlichen Absicherung wurden spürbare Fortschritte gemacht. Von daher sind es gegenwärtig Rechtssicherheit, politische Mitsprache (Partizipation) und politische Gleichstellung (Zugang zur KP-Mitgliedschaft), die die gegenwärtigen Kollektivgüter bilden, an deren Erreichung Privatunternehmer ein gemeinsames Interesse haben.

Organisationsfähigkeit als Voraussetzung wirksamer Organisation in Interessenverbänden setzt drei wesentliche Momente voraus: *Kontinuität* der Interessenverfolgung (um ein Ziel überhaupt erreichen zu können), *Dringlichkeit* der Realisierung von Interessen und *Gemeinsamkeit* von Interessen. Die Tatsache der Organisation von Unternehmern in Interessenvereinigungen ist Ausdruck eines Gruppenbewusstseins oder es wird (soweit Zwangsmitgliedschaft herrscht) dadurch die Herausbildung eines solchen Bewußtseins gefördert. Unsere Interviews belegen, dass Unternehmer mit diesen Organisationen auch das Ziel verfolgen, gemeinsame Interessen und Ziele in kontinuierlicher Arbeit zu realisieren.⁷⁷

Das Moment der Organisationsfähigkeit mit den genannten Komponenten hat sich also durch die folgenden Faktoren verstärkt:

- Durch die Zwangsorganisation in quasi-staatlichen, durch die Verwaltungsbehörden kontrollierten Organisationen. Dadurch wurden Unternehmer in transunternehmerische Strukturen eingebettet, aus denen neue Netzwerke, Kooperationen und Informationsquellen resultierten. Zugleich bildete sich zumindest unter Teilen der Unternehmerschaft eine gemeinsame Identität heraus: die Erkenntnis gemeinsamer Interessen und Handlungsnotwendigkeit sowie die Erkenntnis, dass Interessenorganisationen notwendig sind, allerdings solche, die nicht vom Staat geleitet und kontrolliert werden, sondern eigenverwaltete.
- Die staatliche Anerkennung des Privatsektors, seine rechtliche Gleichstellung und die ideologische Akzeptanz, schließlich der wirtschaftliche Erfolg haben das Selbstbewusstsein der Unternehmerschaft gefördert und (in China stärker als in Vietnam) eine Mobilisierungstätigkeit in Gang gesetzt, die über die Medien und über unterschiedliche institutionelle Kanäle das soziale und politische Prestige zu heben versucht.
- Die permanenten Eingriffe lokaler Behörden in die Unternehmertätigkeit, das hohe Maß an Korruption, die Diskrepanz zwischen beschlossener Förderungspolitik der Zentrale bzw. der Provinzen einerseits und dem teilweise rigiden Verhalten lokaler Bürokratie

⁷⁵ Olson 1985: 1ff.

⁷⁶ So wurde z.B. auf einer Konferenz über die wirtschaftliche Verwaltung des Privatsektors explizite erklärt, die Zeit politischer Kontrolle sei vorbei, zentral sei in Zukunft die ökonomische Kontrolle. Vgl. u.a. Zhongguo Gongshang Bao, 23.10.98.

⁷⁷ Dazu u.a. von Winter 1997.

andererseits verursachen hohe Kosten, die der Entwicklung der einzelnen Unternehmen langfristig schaden. "Willkür lässt sich durch individuelles Handeln auf Dauer nicht beseitigen", erklärte ein Unternehmer. Das Zusammenwirken von politischer Akzeptanz (auf der zentralen Ebene), ökonomischer und gesellschaftlicher Notwendigkeit (Privatsektor als dynamischster, beschäftigungspolitisch und fiskalisch unabdingbarer Sektor) und unternehmerischem Selbstbewusstsein fördert ebenfalls den Organisationsprozess. Viele Unternehmer haben erkannt, dass Organisation sich nicht nur auf Konsultation, d. h. die Funktion der Übermittlung von wirtschaftspolitischen Meinungen an die Behörden, beschränken kann, sondern dass Lobbyismus betrieben und die Wirtschafts- und Rechtspolitik im Sinne der Unternehmer beeinflusst werden muss.

Gerade das Letztere lässt sich beispielhaft belegen. Auf den Tagungen des Nationalen Volkskongresses (Parlament) und der Nationalen Politischen Konsultativkonferenz⁷⁸ in China im März 1998 votierten zahlreiche Abgeordnete aus der Privatunternehmerschaft für eine Änderung der Verfassung im Sinne einer verfassungsmäßigen Gleichstellung des Privatsektors. Begründet wurde dies u.a. mit dem Nutzen dieses Sektors für Volkswirtschaft und Beschäftigung sowie für die Steigerung der Exportleistungen und der Deviseneinnahmen. Gleichzeitig wurde die Einrichtung eines "Amtes für Privatwirtschaft" vorgeschlagen, die nicht nur die Stellung dieses Sektors im Verwaltungsapparat aufwerten, sondern auch die Möglichkeiten der Nutzung dieser Behörde zur Durchsetzung von Interessen verbessern würde. Ein Unternehmer, Abgeordneter des Nationalen Volkskongresses, erklärte gegenüber dem Verfasser:

"Seit Jahren arbeiten wir darauf hin, dass der Privatsektor als gleichberechtigt anerkannt und diese Gleichberechtigung in der Verfassung festgeschrieben wird. Dies ist für uns ein wichtiges Ziel, dessen Verwirklichung ein gewisses Maß an politischer und rechtlicher Sicherheit beinhaltet. Hauptsächlich im Rahmen der Vereinigung für Industrie und Handel und in vielen Gesprächen mit der Abteilung Einheitsfront des Zentralkomitees der KPCh [die für diese Vereinigung zuständig ist, Anm. d. Verf.] haben wir Überzeugungsarbeit geleistet. Dabei sprechen wir uns durchaus ab, wer wie und wo argumentieren sollte. Unsere Abgeordnetentätigkeit erlaubt uns Zugang zu politischen Führern und zu einflussreichen Persönlichkeiten und gibt uns die Möglichkeit, unsere Ansichten vorzutragen, zu erläutern und um Unterstützung zu werben. Das ist die chinesische und auch unsere Art der Politik. Sie erlaubt uns, nach und nach unsere Ansichten durchzusetzen und Politik in unserem Interesse mitzugestalten."⁷⁹

Nicht nur die staatliche Ebene, auch die Partei ist Zielobjekt der Unternehmer. In einem Beitrag in *Zhongguo Gongshang Bao* traten Unternehmer und -vertreter wiederholt dafür ein, dass ihre Interessen auch in der KP selbst repräsentiert sein müssten. In einem Beitrag mit dem Titel "Wir wollen Parteivertreter", der von der nationalen Nachrichtagentur Xinhua verbreitet wurde, hieß es, die wirtschaftliche Bedeutung in der Gesamtstrategie des Landes erfordere einen solchen Schritt. Die Argumentation wird dabei ideologisch unterfüttert: "Es ist die von der Partei eingeleitete Reform- und Öffnungspolitik, die uns all das bis heute

⁷⁸ Ein Beratungsgremium, das sich aus gesellschaftlichen Persönlichkeiten und Vertretern verschiedenster gesellschaftlichen Gruppen zusammensetzt und, parallel zu den Volkskongressen (Parlamenten) auf allen Verwaltungsebenen existiert.

⁷⁹ Das Gespräch fand im Juli 1999 im privaten Rahmen statt, der Interviewte bat darum, seinen Namen nicht zu nennen.

Erreichte gegeben hat. Nur wenn wir mit der Partei gehen, wird der Weg immer breiter werden."⁸⁰

5.3 Strategiekapital: Strategische Gruppen als Akteure im Rechtsraum

Im Folgenden wollen wir am Beispiel des Rechts verdeutlichen, in welcher Weise die Unternehmer für sie vorteilhafte strategische Ziele verfolgen. Dazu bedarf es zunächst einiger erläuternder Worte zum Rechtsrahmen. Der Übergang von der Plan- zur "sozialistischen Marktwirtschaft" verlangte eine Veränderung der Rechtsvorstellungen und des Rechts in dem Sinne, dass "der Gesetzgeber den Marktteilnehmern eine transparente Gestalt" verleihen musste.⁸¹ Der Markt und die teils neuen, durch ihn entstehenden Akteure bedurften neuer Regulierungskonstellationen, um Reibungs- und Ordnungsverluste einzudämmen. Das Wirtschaftsrecht (Unternehmens-, Gesellschafts-, Vertrags-, Wertpapier-, Arbeitsrecht u.a.) war neu zu gestalten, mit fortschreitenden Marktverhältnissen kam es zu einer zunehmenden Ausdifferenzierung des Rechts. Robert Heuser zufolge sind auf der Ebene der Rechtskultur fünf Übergänge für diesen Prozess kennzeichnend: (a) der Übergang von Gewohnheitsnormen zu Gesetzesnormen; (b) der von traditionellen Pflichten zu einem Katalog von Rechten und Pflichten; (c) der von Prozessvermeidung zu Prozessakzeptanz; (d) der von Disziplinierung zu staatlicher Zielerreichung und Individualrechtsschutz und (e) der von der "Instrumentalität" (im Sinne von "Klasseninteressen") zu "Politikbindung" und von der "Objektstellung der Massen zu Formen der Partizipation".⁸² Für diese Veränderungen ist die Pfadabhängigkeit der Führung verantwortlich. Marktwirtschaft und Öffnung erfordern neue Ordnungs- und Spielregeln. Soll der Privatsektor sich entwickeln, dann muss er rechtlich abgesichert und geschützt werden. Politische Sicherungen müssen durch rechtliche ersetzt, Gesetzestexte durch institutionalisiertes Recht durchsetzungsfähig gemacht werden. Die Anknüpfung an den Weltmarkt und die Globalisierung der Wirtschaft verlangen eine zunehmende Anpassung an internationale Rechtsnormen und -standards. Unternehmer sind nicht die alleinigen Akteure, aber diejenigen, die am stärksten an einem fundierten und soliden Wirtschaftsrecht interessiert sind, weil sich ihr Unternehmen anders nicht konsolidieren kann. Von daher fehlt in keinem Beitrag über den Privatsektor mehr der Begriff der rechtlichen Sicherung. Das Auftreten einer Unternehmerschaft hat zugleich einen weiteren Wandel der Rechtskultur hervorgerufen: War das Rechtssubjekt im gesetzlichen Regelwerk beider Länder bis weit in die 90er Jahre hinein eher das Unternehmen als Institution,⁸³ nicht der individuelle Eigentümer oder Unternehmer mit seinen Eigentumsrechten, so wird inzwischen vor allem in China anerkannt, dass der Unternehmer selbst zum Rechtssubjekt werden muss, um ihn und seine Wirtschaftstätigkeit effektiv zu schützen und den *Exit* der Privatunternehmer aus dem Wirtschaftsleben zu verhindern. Es geht also nicht mehr um korporatives Wirtschaftsrecht allein, sondern zunehmend um individuelle Wirtschaftsrechte, die Vorstufe zur Diskussion über individuelle Rechte schlechthin.

Zwar wurde in den letzten zwei Jahrzehnten in beiden Ländern eine kaum noch überschaubare Vielfalt von Gesetzen verabschiedet. Diese Gesetze besitzen allerdings eine doppelte Funktion: Über die Schutzfunktion hinaus weisen sie auf die Bemühungen des Staates hin, - in unserem Fall - den Privatsektor künftig über rechtliche Instrumente und nicht über willkürliche Entscheidungen zu kontrollieren. Recht heißt in diesem Sinne also nicht Gerechtigkeit, sondern rechtliche Kontrollierbarkeit. Genau das meint der in Vietnam

⁸⁰ Zhongguo Gongshang Bao, 21.11.97.

⁸¹ Heuser 1999: 375.

⁸² Ibid.: 471/472.

⁸³ Vgl. dazu u.a. Jayasuriya 1996.

verwendete Begriff der "Staatsmacht mittels des Rechts ausüben" (*nha nuoc phap quyen*) im Unterschied zur Herrschaft des Rechts.⁸⁴ Das Erstere impliziert die Ausübung der bestehenden Parteiherrschaft mit Hilfe von Gesetz und Recht, um Herrschaftswillkür zu reduzieren, das Letztere steht für den Rechtsstaat, in dem jede Form politischer Herrschaft formell dem Recht untergeordnet wird. (Ähnlich hat übrigens die chinesische Verfassungsänderung von 1999 die Begrifflichkeit des "mit Hilfe des Rechts das Land verwalten" [*yi fa zhi guo*] eingeführt.⁸⁵)

Die Rolle des Rechts und der Gesetzgebung in autoritären Ein-Parteien-Staaten ist in den Sozialwissenschaften lange vernachlässigt worden, weil davon ausgegangen wurde, dass das Recht ohnehin von der politischen Elite kontrolliert würde und lediglich Legitimationsfunktion für deren Herrschaft besitze. Mag dies in China für die Mao-Ära zutreffen haben, so hat sich im Verlauf der Reformen eine signifikante Änderung ergeben. China ist dasjenige Land, in dem seit den 80er Jahren die meisten Gesetze erlassen wurden. Zugleich fand eine Differenzierung des Rechtssystems statt, u.a. durch Differenzierung der Gerichtsbarkeit und die Zulassung von Rechtsanwälten. Das gesetzgebende Organ, der Nationale Volkskongress, hat seine Gestaltungskraft und Kompetenz vergrößern können, was sich u.a. an Ablehnungen oder weitreichenden Änderungen von offiziellen Anträgen in den letzten Jahren zeigt, aber auch an der Zahl von Gegenstimmen bei Abstimmungen. Die zunehmende Fragmentierung von Entscheidungsabläufen und -prozessen geht u.a. auf die wachsende Pluralisierung der Gesellschaft, die stärkere Trennung von Partei und Staat, die Repräsentation neuer Interessengruppen in den Volkskongressen aller Ebenen und eine neue politische Kultur der Abgeordneten zurück. Die gesellschaftliche Differenzierung und Pluralisierung manifestiert sich auch in den Einstellungen und im Verhalten der Abgeordneten, die ihren Aufgaben selbstbewusster, interessengruppenorientierter und weniger parteiverpflichtet nachgehen. Durch den Transfer wichtiger älterer Parteiführer in die Leitung des Nationalen Volkskongresses wurde überdies dessen Funktion gestärkt, zumal die so transferierten Personen sich im und über den Volkskongress eine neue Machtarena aufbauten. Die Fragmentierung von Macht hat also auch zu einer Stärkung der Funktion des Volkskongresses geführt. Die Ausdifferenzierung der Gesellschaft und der Aufgaben von Partei und Staat haben bewirkt, dass dem Volkskongress zunehmend größere Kompetenzen in den Bereichen überlassen wurden, die der Parteiführung als *systemisch sekundär* gelten. Dazu zählt auch die Gesetzgebung, solange sich nicht *kontrasystemisch* wirkt, d.h. sich nicht gegen die Parteiherrschaft richtet. Zwar behält sich die Parteiführung die letzte Entscheidung zumindest formal vor, sie lässt mittlerweile aber *moderaten Dissenz* zu. Dies verdeutlicht noch einmal unsere obige These, dass Staat und Partei weniger eine *Struktur* darstellen als einen *Prozess*. Das Prozesshafte besteht darin, dass weder Partei noch Staatsrat oder Nationaler Volkskongress eine Einheit in sich darstellen, sondern sich in vertikale (regionale, lokale) und horizontale Gebilde (Partei, Staatsrat, Nat. Volkskongress etc.) dekonstruieren lassen, die in einem Interaktionsprozess miteinander stehen und permanenter Veränderung unterworfen sind. (Was für den Volkskongress gilt, gilt im Übrigen auch für die Politische Konsultativkonferenz.) Tanner spricht entsprechend von drei *Arenen* im Gesetzgebungsverfahren: Volkskongress, Staatsrat und Parteiführung, wobei die Politische Konsultativkonferenz unbedingt als Bündnispartner des Volkskongresses angesehen werden muss, weil sie relativ unabhängig operieren kann, weniger kontrolliert wird und nur konsultative Funktion besitzt, andererseits aber in Entscheidungsprozesse beratend eingebunden werden soll und wird. Tanner bezieht sich auf das Kehrriktkasten-Modell ("*Garbage Can*" Model) von Cohen, Olson und March, demzufolge komplexe Organisationen zeitweilig eine Form *organisierter Anarchie* darstellten. Organisierte Anarchien zeichneten

⁸⁴ Dazu auch: Herno 1998: 10.

⁸⁵ Zhonghua Renmin Gongheguo xianfa 1999: 48.

sich dadurch aus, dass den betreffenden Organisationen ihre Zielprioritäten und Zielhierarchien unklar seien und das Entscheidungssystem ineffizient sei, weil klare Regeln und Prozeduren für eine Entscheidungsfindung fehlten. Von daher herrsche bei den beteiligten Akteuren Entscheidungsunsicherheit, ließen sich Entscheidungen kaum vorhersagen. Drittens seien die Hauptentscheidungsakteure nicht eindeutig und regelmäßig an Entscheidungen beteiligt. Tanner vergleicht den chinesischen Gesetzgebungsprozess mit dieser organisierten Anarchie, weil die Differenzierung des gesellschaftlichen Systems vertikale Entscheidungsprozesse in interaktive und Verhandlungsprozesse aufgelöst und Macht- und Entscheidungsprozesse gestreut habe.⁸⁶

Diese Hypothese scheint sich in der Praxis zu bestätigen. Schauen wir uns etwa an, wie der Prozess der Interessenvertretung der Unternehmer in der Gesetzgebung erfolgt. Die *Zhongguo Gongshang Bao*, eine vom Landesamt für Industrie und Handel herausgegebene Tageszeitung mit wöchentlich regelmäßiger Ausgabe über die "nicht-öffentliche" (private) Wirtschaft, die im Untertitel ankündigt, dass sie die "Stimme" der Unternehmer sei, berichtete über ein "Gesetz zum Schutz der wirtschaftlichen Rechte und Interessen" der Privatwirtschaft, das Unternehmer als Antrag über die Vereinigung für Industrie und Handel in die Tagung der Politischen Konsultativkonferenz des Chinesischen Volkes im Frühjahr 1998 einbrachten. In dem Antrag wurde taktisch geschickt argumentiert: Die Vereinigung [nicht etwa die Unternehmer!] vertrete die Meinung, die nicht-öffentliche Wirtschaft, die [vom letzten Parteitag der KPCh] zum wichtigen Teil der sozialistischen Marktwirtschaft erklärt worden sei, habe sich nun bis zu einem Grad entwickelt, bei dem politische Unterstützung allein nicht mehr ausreiche. Es bedürfe darüber hinaus auch rechtlicher Absicherung. Ansonsten sei es schwierig, die beschlossene Politik [der Partei] "stabilitätsgerecht" und "entschlossen" in die Tat umzusetzen. Von daher müssten Eigentum und Vermögen der Betroffenen rechtlich geschützt werden. Durch rechtswidrige Eingriffe werde die weitere "gesunde" Entwicklung dieses Sektors beeinträchtigt. Die Verfassung schütze bislang nur das öffentliche Eigentum, nicht aber das privatwirtschaftliche. Erfreulicherweise habe die Stadt Guangzhou (Provinzhauptstadt von Guangdong) bereits eine entsprechende gesetzliche Regelung erlassen, die die autonome Bewirtschaftung, intellektuelle Produkte, Investitionen, das Einstellungsrecht, Im- und Export, das Vermögen, Eigentum und andere Rechte abgesichert habe und die nun auch auf die nationale Ebene übertragen werden müsse.⁸⁷

Verfahrensmäßig wurde eine parteinahe Institution, die Vereinigung für Industrie und Handel, die wiederum der Abteilung Einheitsfront des ZK der KPCh zugeordnet ist, dazu verwendet, einen Antrag in eine zentrale Institution (Konsultativkonferenz) einzubringen, die durchaus erhebliches (beratendes) Gewicht besitzt. Privatunternehmer und -wirtschaft wurden namentlich gar nicht erwähnt. Es handelte sich um einen Antrag der Vereinigung, der es um nichts anderes zu gehen schien, als die von der Parteiführung beschlossene Gleichstellung des nicht-staatlichen Sektors rechtlich abzusichern, gerade weil dies - so das Argument - im Interesse der Volkswirtschaft sei. Da Neuerungen immer einen längeren Beratungsprozess erfordern, erleichtert es die Durchsetzung, wenn bereits ein konkretes "Modell" existiert. Dies war in der südchinesischen Metropole Guangzhou gegeben. Verfolgen wir die Genese weiter, so lässt sich feststellen, dass nach dem XV. Parteitag (der die Gleichstellung von öffentlichem und nicht-öffentlichem Sektor beschlossen hatte) von der Vereinigung für Industrie und Handel auf Vorschlag von Unternehmern ein Antrag in die Politische Konsultativkonferenz der Stadt Guangzhou eingebracht worden war, der die Gleichstellung des Privat- mit dem Staatssektor vorgeschlagen, begründet und die Unterstützung der Mehrheit der Abgeordneten gefunden hatte. Der beschlossene Antrag wurde an das Stadtparlament (Volkskongress)

⁸⁶ Tanner 1999: 28ff. Näheres zur *Garbage Can Theorie* vgl. Cohen/March/Olsen 1972.

⁸⁷ *Zhongguo Gongshang Bao*, 6.3.98.

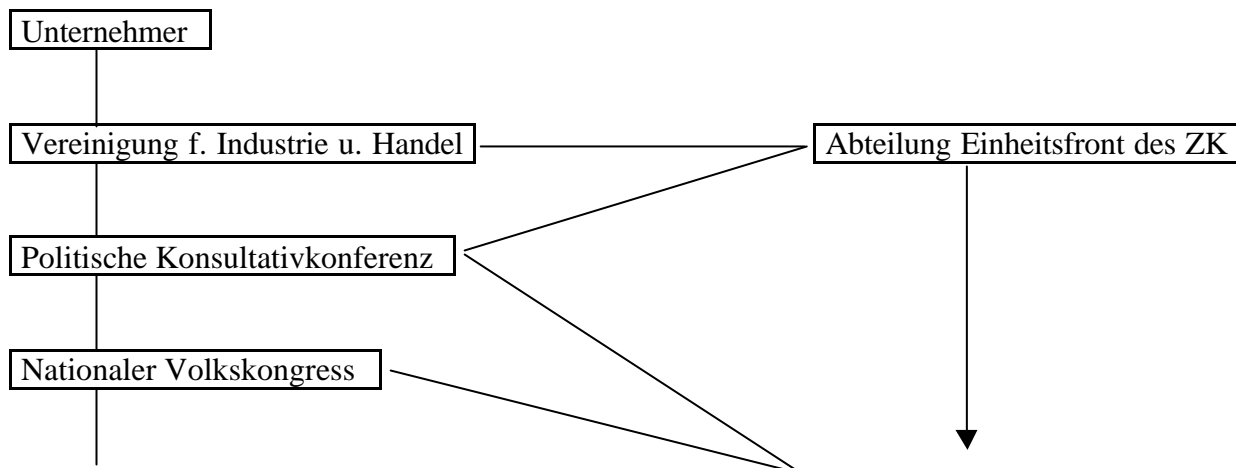
weitergeleitet, nachdem zuvor Gespräche zwischen Vertretern der Konsultativkonferenz, der Stadtführung und der Vereinigung für Industrie und Handel stattgefunden hatten. Die Abteilung Einheitsfront unter dem Stadtparteikomitee wurde parallel überzeugt und bereitete einen entsprechenden Beschluss an das Stadtparteikomitee vor. Das entsprechende Dokument wurde dann vom Stadtparteikomitee und der Leitung der Stadt parallel gebilligt.

Nach der Feststellung des XV. Parteitags der KPCh, dass der Privatsektor Teil des sozialistischen Sektors sei, hatte aus dem Blickwinkel der zentralen Führung zunächst die Stadt Guangzhou diese Aussage zum Anlass genommen, um eine "Verordnung zum Schutz der Rechte der Privatunternehmer" zu erlassen⁸⁸, wobei es hierbei primär um den Schutz der gesetzlich definierten Rechte, des Eigentums, des Vermögens, der unabhängigen Betriebsgestaltung sowie um den Schutz gegenüber Behördenwillkür ging. Aber solche Schutzrechte stärken zugleich die gesellschaftliche und politische Stellung der Privatunternehmer und schützen sie vor staatlichen Übergriffen. Dies geschah in einem ersten Schritt nicht auf der relativ abstrakten nationalen oder Provinzebene, sondern auf der Stadtebene, die für Unternehmer wesentlich politiknäher ist. Diese Maßnahme war so erfolgreich, dass die organisierte Privatunternehmerschaft in der Provinz eine entsprechende gesetzliche Absicherung auf Provinzebene vorschlug und schließlich mit der Provinzregierung aushandelte. Im Juli 1999 trat eine entsprechende Regelung provinzweit in Kraft.⁸⁹ Der Beschluss der Provinzhauptstadt Guangzhou wurde damit durch das gleiche Verfahren auf die Provinz Guangdong übertragen. Als erste Provinz ergriff Guangdong Sondermaßnahmen zur rechtlichen Absicherung der Privatunternehmer.

Dieses Procedere belegt, dass es sehr wohl eine organisierte und strategische Verbändepolitik der Unternehmer gibt und - weil es sich um einen Akt handelt, der die Gesamtinteressen aller Unternehmer und keine Partialinteressen betrifft ("Gleichberechtigung") - auch eine strategische Politik der Unternehmerschaft im Interesse der gesamten sozialen Gruppe. Ein solches Ineinanderspielen von formellen und informellen Einflüssen und von Interessenverquickung der verschiedenen Arenen scheint die These Tanners von der organisierten Anarchie durchaus zu bestätigen.

Abb. 2 verdeutlicht diesen Prozess der Interaktion zwischen Unternehmern und den beteiligten Institutionen auf zentraler Ebene.

Abb. 2: Institutionalisierte Einbringung von Rechten



⁸⁸ Zhongguo Gongshang Bao, 31.10.97.

⁸⁹ Zhongguo Gongshang Bao, 9.7.99.

Ein weiteres Beispiel für bewußtes und strategisches kollektives Handeln ist die Politik der Eingaben. *Zhongguo Gongshang Bao* berichtete z.B. über Eingaben von Abgeordneten der Politischen Konsultativkonferenz (Unternehmer) an deren Tagung im Frühjahr 1998. Neben einer Überarbeitung bestehender, für den Privatsektor geltender Ordnungen wurden u.a. Eingaben eingereicht, die mehr Rechte bei der Einwerbung von Auslandskapital, des Gangs der Unternehmen an die Börse oder der Einstellung von Arbeitskräften forderten. Andere riefen dazu auf, spezielle "Ämter für Klein- und Mittelbetriebe" einzurichten, die künftig für die Verwaltung des Privatsektors zuständig sein sollten. Diese sollten die Politik, die Richtlinien, die Gesetze und rechtlichen Bestimmungen für diesen Sektor ausarbeiten, sich um die Absicherung seiner Rechte und deren Einhaltung, die Beschaffung von Krediten, um die Versorgung mit Informationen und um Fortbildung, um Werbung für die Produkte, die Aufarbeitung und Lösung von Problemen, die Anleitung und Verwaltung der Unternehmervereinigungen und -verbände sowie die Regulierung der Beziehungen zu den Staats- und Kollektivbetrieben kümmern. Ein solches Amt würde, anders als das - neben vielen anderen Funktionen - bisher auch für den Privatsektor zuständige Verwaltungsamt für Industrie und Handel, ausschließlich für die Privatunternehmen zuständig sein. Es könnte daher aufgrund der verschiedenen Verwebungen von Behörden und Unternehmerschaft von der Letzteren genutzt werden, um Interessen auf und über die Behördenebene besser durchzusetzen und die Verhandlungskapazitäten gegenüber der Bürokratie zu verbessern. Andere Unternehmer riefen dazu auf, in den Betrieben Parteizellen zu gründen und mehr Parteimitglieder aufzunehmen (Motto: "Die Funktion der Partei in den Privatbetrieben stärken").⁹⁰ Ein solcher Vorschlag findet die Unterstützung von Teilen der Unternehmerschaft, weil ein entsprechender Beschluss erstens die nach wie vor nicht erlaubte (aber weithin praktizierte) Aufnahme von Unternehmern in die Partei erleichtern würde, Unternehmer dadurch stärker in Parteinetzwerke eingebunden würden und drittens der Privatsektor sich damit auch politisch weiter legitimieren könnte.

In Vietnam ist dieser Prozess zwar weniger deutlich dokumentiert, gleichwohl bemühen sich die Unternehmer und ihre Verbände ihre Vorschläge und Kritiken in den Medien stärker zu präsentieren. Auch hier stehen Rechtssicherheit, die Absicherung von Rechten und die Gleichbehandlung mit Staatsbetrieben noch im Vordergrund. Stärker als in China wird "der Regierung" und den Unternehmervverbänden explizite vorgeworfen, den Privatsektor zu vernachlässigen und zu diskriminieren.⁹¹ U.a. erklärte der Vizevorsitzende der Vietnamesischen Industrie- und Handelskammer in einem Interview mit der Zeitschrift *Dien Dan Doanh Nghiep* (Wöchentliches Geschäftsforum) nach dem VIII. Parteitag (1996), erstmals habe ein Vertreter seiner Organisation als Delegierter an einem Parteitag teilnehmen dürfen. Dies weise auf die wachsende Rolle der Industrie- und Handelskammern hin. Er habe sich dort für eine verstärkte staatliche Förderung der Klein- und Mittelbetriebe [weitgehend private Betriebe] stark gemacht und vorgeschlagen, dass seine Organisation mit dieser Aufgabe betraut würde. Erfreulicherweise habe auch die Zahl der Mitglieder aus der *business community* im Zentralkomitee der Partei zugenommen.⁹² Bereits im Vorfeld des Parteitages hatten Unternehmervverbände wie die *Hanoi Union Associations of Industry and Commerce* den Parteitag über Eingaben und die Presse dazu aufgerufen, dem Privatsektor eine stärkere Rolle zuzuweisen. Der Generalsekretär der Organisation erklärte, Ziel sei es, die Haltung von

⁹⁰ *Zhongguo Gongshang Bao*, 20.3.98.

⁹¹ Vgl. z.B. *Viet Nam News* 6.8.96 und 13.3.97; *The Saigon Times*, 2.-8.3.96: 25.

⁹² *Viet Nam News*, 20.7.96.

Partei und Regierung gegenüber dem Privatsektor grundlegend zu ändern. Vorurteile gegenüber dem Privatsektor wie etwa, er basiere auf Ausbeutung, müssten aufgegeben werden. Ohne den privaten Sektor sei Modernisierung kaum vorstellbar.⁹³

Insgesamt ergibt sich aus der gegenwärtigen Konstellation, dass Unternehmer sich primär um die Ausweitung und Absicherung ihrer wirtschaftlichen Rechte bemühen sowie um die Stabilisierung ihrer Geschäftstätigkeit. Gerade im Interesse der Reduzierung von Unsicherheit und der Minimierung der Transaktionskosten sind sie an einer Stärkung von Recht und Rechtssicherheit interessiert. Dies bestimmt gegenwärtig auch primär ihr politisch-strategisches Handeln. Nichts daran ist außergewöhnlich, denn das Unternehmen bildet die Existenzgrundlage jedes Unternehmers. Eine chinesische Umfrage unter Unternehmern, welche Sorgen sie am meisten plagten, ergab, dass die Hauptsorge der Existenz des Unternehmens galt, an zweiter Stelle wurde das leidige Problem der *Guanxi*-Beziehungen genannt (*guanxi mafan*), an dritter Stelle die Korruption.⁹⁴ Dies belegt, dass die Existenz dieser dem System endemischen Probleme keinesfalls als Teil der "chinesischen Unternehmenskultur" begriffen, sondern als massive Belastung empfunden wird. Dies könnte die Unternehmer im Konfliktfall gegen das System stellen, falls es nicht gelingen sollte, die strategischen Ziele zu erreichen.

6. Unternehmer als Strategische Gruppe und Politischer Wandel

Aus den obigen Darlegungen geht allerdings hervor, dass Unternehmer, soweit sie als Angehörige von Interessenvereinigungen auftreten, zeigen, dass sie sich zumindest partiell als Interessengruppe verstehen, die ihr Vorgehen koordiniert und abstimmt und offensichtlich eine gemeinsame Politik verfolgt.

Das konkrete Handeln der Unternehmer lässt sich jedoch nicht prognostizieren, weil es situationsbedingt ist. Vanhanen hat die Hypothese aufgestellt, dass Demokratisierung sich unter Bedingungen vollziehe, unter denen Machtressourcen so breit verteilt seien, dass keine Gruppe mehr in der Lage sei, ihre Mitbewerber zu unterdrücken oder ihre Vorherrschaft aufrechtzuerhalten.⁹⁵ Diese These hat durchaus ihre Berechtigung. Bezogen auf China und Vietnam können wir ergänzen, dass die Unternehmer sich durchaus um mehr eigene Machtressourcen bemühen, wenn auch zunächst im ökonomischen Bereich. Da der Zugang zu ökonomischen Ressourcen partiell immer noch von politischen Eliten kontrolliert wird, besteht ein strategisch notwendiger Zug darin, stärkeren Zugang auch zu politischen Machtressourcen zu erhalten. Dies ist nicht politisches Programm der Unternehmer, aber letztlich in ihrem ökonomischen Interesse.

Politisch gesehen sind Unternehmer noch relativ machtlos, auch wenn ihr politischer Einfluss vor allem lokal signifikant zunimmt. Es fehlt ihnen auch das Moment des systemischen Veränderungswillens, so dass sie keinen aktiven Demokratisierungsakteur bilden. Aber wie wir eingangs gezeigt haben, trägt die Unternehmerschaft die Merkmale einer *potentiellen Elite* in sich. Ökonomisch stellt sie keine durchschnittliche, sondern eine der führenden Gruppen dar, was nämlich Einkommen und lokale ökonomische Macht anbelangt. Diesen potentiellen Elitestatus haben wir ihr zugesprochen, weil ihnen zunehmend eine führende ökonomische Rolle zuerkannt wird, weil sie Normen und Werte der Gesellschaft mitprägen, Veränderungen der ökonomischen, sozialen und politischen Strukturen sowie des

⁹³ Vietnam Investment Review, 10.-16. Juni 1996: 13, 18.

⁹⁴ Zhongguo Qiyejia (Chinas Unternehmer), 9/1999: 78.

⁹⁵ Vanhanen/Kimber 1994: 63ff.

Schichtengefüges beeinflussen und zur Veränderung der Rahmenbedingungen des sozialen Systems beitragen. Was aber heißt eigentlich politischer Wandel? Gabriel Almond versteht darunter, dass "ein politisches System Kapazitäten entwickelt, die es vorher nicht besaß". Mit einem solchen Wandel seien grundsätzliche Veränderungen der politischen Kultur und Struktur verbunden.⁹⁶ Der Strategische-Gruppen-Ansatz trägt in diesem Sinne dazu bei, über den Staat hinaus die Akteure zu benennen, die durch ihre strategischen Handlungen solche Kapazitäten entwickeln.

Zwar handelt es sich bei dem Agieren der Unternehmer noch nicht um systemverändernde Strategien, aber um politikbeeinflussende und gruppenstrukturierende, so dass durchaus von *strategischem Handeln* gesprochen werden kann. Es erscheint zugleich sinnvoll, den Begriff des strategischen Handelns zu differenzieren. Eine Unterteilung ließe sich etwa nach "Strategien der Machterhaltung bzw. der Machtausweitung" vornehmen⁹⁷, wobei dies im Sinne einer Zielorientierung präzisiert werden könnte, nämlich eine Unterscheidung in (a) *systemverändernde Strategien*, die auf eine grundsätzliche Veränderung der Strukturen abzielen, als Voraussetzung der Durchsetzung von Interessen; (b) *partizipative Strategien*, die ein größeres Maß an Mitwirkung und Gestaltungsmöglichkeit intendieren und (c) *Status quo-erhaltende* oder *restaurative Strategien*, die sich im Interesse von Partikularinteressen gegen strukturelle Veränderungen wenden oder überkommene Verhältnisse wiederherstellen wollen. Die Unternehmerschaft in China und Vietnam verfolgt gegenwärtige partizipative Strategien. Strategisch bezieht sich aber nicht nur auf das Handeln, sondern auch auf die strategische Bedeutung für politische Entwicklungen einer Gesellschaft (wie Reform-, Konflikt-, Transformations- oder Transitionsprozesse).

Aus der Charakterisierung der Unternehmer als "strategische Gruppe" darf nun nicht geschlossen werden, dass die Unternehmer alleine einen Demokratisierungsprozess in Gang setzen könnten. Eine solche Entwicklung hängt vielmehr von der Machtverteilung zwischen den verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen ab. Von daher bedarf es in jedem Fall einer Koalition mit anderen sozialen Akteuren. Das Strategische besteht letztlich darin, dass Unternehmer sich über Verbände zielgerichtet in den Veränderungsprozess einbringen können und unabhängig von der Entwicklungsrichtung des Wandels einen wichtigen Akteur bilden, der Wandel fördern oder hemmen kann. Nicht nur die Größe der Unternehmerschaft, sondern auch ihre Koalitionsfähigkeit, vor allem aber ihre Interessenlage sind bestimmend für die politische Funktionalität. Oben haben wir darauf hingewiesen, dass Unternehmer als *aktives politisches Moment* eine ambivalente Mittelposition einnehmen: An einem Wandel des politischen Systems werden sie so lange nicht interessiert sein, wie ihnen die gegenwärtigen politischen Verhältnisse Akzeptanz, Einbindung und damit ein gewisses Maß an Partizipation nicht versagen. Politischen (nicht systemischen) Wandel unterstützen sie mehrheitlich, weil Korruption und Beschränkungen durch die Bürokratie ihre unternehmerische Entfaltung einschränken und zum Teil hohe Kosten verursachen.

Als Bündnispartner der Unternehmer bietet sich zunächst in China eine andere strategische Gruppe an, nämlich die der Parteikader. Unsere eigenen Untersuchungen unter Funktionären an der Zentralen Parteihochschule in Peking haben den Eindruck bestätigt, dass ein großer Teil der jüngeren Funktionäre einem graduellen Umbau des politischen Systems durchaus aufgeschlossen gegenübersteht, solange das Land und seine Bevölkerung sich "modernisieren" und keine massiven Krisen auftreten. Sun, Li und Shen sprechen explizite von einer Stabilitätskoalition zwischen politischer und wirtschaftlicher Elite.⁹⁸ Unter den

⁹⁶ Almond 1970: 216.

⁹⁷ Korff 1992: 4ff.

⁹⁸ Sun/Li/Shen 1999: 18/19.

Bedingungen einer solchen Stabilitätskoalition gelten Unternehmer offensichtlich mehr und mehr als eine der strategischen Gruppen, denen in diesem Umbau eine zentrale Rolle zukommen soll. Eben in diesem Sinne lässt sich ein Bündnis von Funktionären und Unternehmerschaft prognostizieren. Wie jedoch Unternehmer konkret handeln, wird von der jeweils konkreten Situation und einer spezifischen Kosten-Nutzen-Analyse abhängen, zumal es sich bei dieser strategischen Gruppe nur um *einen* Akteur handelt, der lediglich in Verbindung mit anderen strategischen Gruppen systemtransformatorisch wirken kann.

Literatur

- Aldrich, Howard/Zimmer, Catherine, (1986), "Entrepreneurship through Social Networks", in: Sexton/Smilor, S.3-23
- Almond, Gabriel A. (1970), "Politische Systeme und politischer Wandel", in: Zapf, W., S.211-227
- Becker, Bert/Rüland, Jürgen/Werz, Nikolaus (1999), Hg., *Mythos Mittelschichten. Zur Wiederkehr eines Paradigmas der Demokratieforschung*, Bonn
- Bell, Daniel A./Brown, David/Jayasuriya, Kanishka/Jones, David M. (1995), eds., *Towards Illiberal Democracy in Pacific Asia*, Houndmills, Basingstoke, London
- Berger, Brigitte (1991a), *The Culture of Entrepreneurship*, San Francisco
- Berger, Brigitte (1991b), "The Culture of Modern Entrepreneurship", in: Berger, B. (1991a), S.13-32
- Berner, Erhard (1991), *Strategische Cliques und Proto-Klassen*, Working Paper No.158 des Forschungsschwerpunkts Entwicklungssoziologie an der Universität Bielefeld, Bielefeld
- Bieszcz-Kaiser, Antonina/Lungwitz, Ralph-Elmar/Preusche, Evelyn, Hrsg., (1994), *Transformation - Privatisierung - Akteure. Wandel von Eigentum in Mittel und Osteuropa*, München, Mering
- Birley, Sue (1985), "The Role of Networks in the Entrepreneurial Process", in: *Journal of Business Venturing*, 1, S.107-117
- Birley, Sue/MacMillan, Ian C. (1995), eds., *International Entrepreneurship*, London, New York
- Birley, Sue/MacMillan, Ian C. (1997), eds., *Entrepreneurship in a Global Context*, London, New York
- Bourdieu, Pierre (1987), *Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft*, Frankfurt/M.
- Bourdieu, Pierre (1997), *Der Tote packt den Lebenden*, Hamburg
- Bourdieu, Pierre (1998), *Praktische Vernunft. Zur Theorie des Handelns*, Frankfurt/M.
- Broehl, Wayne G. (1978), *The Village Entrepreneur. Change Agents in India's Rural Development*, Cambridge, Mass, London
- Brown, David/Jones, David M. (1995), "Democratization and the Myth of the Liberalizing Middle Classes", in: Bell/Brown/Jayasuriya/Jones, S.78-106
- Brown, R.A. (1995), ed., *Chinese Business Enterprise in Asia*, London, New York
- Burns, Paul/Dewhurst, Jim (1996), eds., *Small Business and Entrepreneurship*, Houndmills, Basingstoke, London
- Casson, Markl (1982), *The Entrepreneur*, Oxford
- Chang, K.C. (1977), ed., *Food in Chinese Culture. Anthropological and Historical Perspectives*, New Haven
- Chen Dongqi/Qin Hai (1997), "Zhongguo dalu jingji zhidu zhi bianqian" (Wandel des Wirtschaftssystems auf dem chinesischen Festland), in: *Zhongguo Shehui Kexueyuan Yanjiusheng Xueyuan Bao* (Zeitschrift des Aspiranteninstituts der Chinesischen Akademie der Sozialwissenschaften), 4, S.24-40
- Chen Qingtai (1995), Hrsg., *Shanghai fazhan yu zhidu guifan* (Entwicklung von Handelskammern und Organisationsregeln), Beijing
- Chen, Peter S.J./Evers, Hans-Dieter (1978), eds., *Studies in ASEAN Sociology. Urban Society and Social Change*, Singapore
- Cheng Yan/Sun Yaoyuan (1996), "Lun Zhongguo qiyejia de shuangzhongxing" (Über die Ambivalenz chinesischer Unternehmer), in: *Caijing Wenti Yanjiu* (Studien zu Problemen der Finanz- und Wirtschaftswissenschaft), 12, S.42-44
- Cohen, Michael/March, James G./Olsen, Johan P. (1972), "A Garbage Can Model of Organizational Choice", in: *Administrative Science Quarterly*, 1, S.1-26
- Cole, Arthur H. (1959), *Business Enterprise in its Social Setting*, Cambridge/Mass.
- Coleman, William D. (1988), *Business and Politics. A Study of Collective Action*, Kingston and Montreal
- Croissant, Aurel/Faust Jörg (1999), "Mittelschichten und Systemwechsel in Mexiko und Südkorea", in: Becker, Bert/Rüland, Jürgen/Werz, Nikolaus, S.120-159
- Dahrendorf, Ralf (1959), *Class and Class Conflict in Industrial Society*, Stanford
- Dong Fureng (1998), "Qiyejia yu shichang jingji" (Unternehmer und Marktwirtschaft), in: *Zhongguo qiyejia diaocha xitong* 1998a, S.229-233

- Dong Wonmo (1991), "The Democratization of South Korea: What Role Does the Middle Class Play?", in: *Korean Observer*, 2, S.257-282
- Duan Yiping (1999), *Gaoji hui. Zhongguo chengshi zhongchan jieceng xiezhen* (Hochkarätiges Grau. Die Wahrheit über die städtische Mittelschicht Chinas), Beijing
- Endruweit, Günter (1986), *Elite und Entwicklung*, Frankfurt/M., New York
- Engerer, Hella (1997), *Eigentum in der Transformation. Grenzen der Privatisierung in Mittel- und Osteuropa* (Diss.), Berlin
- Eucken, Walter (1968), *Grundsätze der Wirtschaftspolitik*, Tübingen, Zürich
- Evers, Hans-Dieter (1974), *The Role of Professionals in Social and Political Change*. Department of Sociology, University of Singapore
- Evers, Hans-Dieter (1997), "Macht und Einfluss in der Entwicklungspolitik. Neue Ansätze zur Theorie Strategischer Gruppen", in: *Entwicklung und Zusammenarbeit*, 1: 15-17
- Evers, Hans-Dieter (1999), *Globale Macht: Zur Theorie strategischer Gruppen*. Working Paper No 322 des Forschungsschwerpunkts Entwicklungssoziologie an der Universität Bielefeld, Bielefeld
- Evers, Hans-Dieter/Gerke, Solvay (1999), *Globale Märkte und symbolischer Konsum: Visionen von Modernität in Südostasien*, Working Paper No. 314, Sociology of Development Research Centre, University of Bielefeld, Bielefeld
- Evers, Hans-Dieter/Schiel, Tilman (1988) *Strategische Gruppen. Vergleichende Studien zu Staat, Bürokratie und Klassenbildung in der Dritten Welt*, Berlin
- Fforde, Adam/Vylder, Stefan de (1996), *From Plan to Market. The Economic Transition in Vietnam*, Boulder
- Galaskiewicz, Joseph/Zaheer, Akbar (1999), "Networks of Competitive Advantage", in: Andrews, Steven B./Knoke, David, eds., *Networks in and Around Organizations. Research in the Sociology of Organizations*, vol. 16, Stamford, Connecticut, S.237-262
- Gao Shangquan/Chi Fulin (1996), eds., *The Development of China's Nongovernmentally and Privately Operated Economy*, Beijing
- Gerke, Solvay (1995), *Symbolic Consumption and the Indonesian Middle Class*, Working Paper No. 233, Sociology of Development Research Centre, University of Bielefeld, Bielefeld
- Geti gongshanghu, siying qiye shouru zhuangkuang diaocha* (1996) (Untersuchung der Einkommenslage der Individual- und Privatunternehmen), unveröffentlichter Untersuchungsbericht des Chinesischen Verwaltungsamt für Industrie und Handel, Beijing
- Geti siying jingji fazhan zhuangkuang* (1995) (Entwicklungsstand der Individual- und Privatwirtschaft), Hrsg. Guojia gongshang guanliju yanjiuzu, Beijing (interner Forschungsbericht)
- Giddens, Anthony (1979), *Die Klassenstruktur fortgeschrittener Gesellschaften*, Frankfurt/M.
- Glade, William P. (1967), "Approaches to a Theory of Entrepreneurial Formation", in: *Explorations in Entrepreneurial History*, 4, ser. 2, S.245-259
- Glassman, Ronald M. (1997), *The New Middle Class and Democracy in Global Perspective*, Houndmills, London
- Goffee, Robert/Scase, Richard (1995), *Corporate Realities. The dynamics of large and small organisations*, London, New York
- Greenfield, Sidney M./Strickon, Arnold (1981), "A New Paradigm for the Study of Entrepreneurship and Social Change", in: *Economic Development and Cultural Change*, 3 (2), S.467-499
- Groys, Boris (1999), *Über das Neue. Versuch einer Kulturökonomie*, Frankfurt/M.
- Havel, Vaclav (1990), *Versuch, in der Wahrheit zu leben*, Reinbek
- Heberer, Thomas (1989), *Die Rolle des Individualsektors für Arbeitsmarkt und Stadtwirtschaft in der Volksrepublik China*, Bremen (Bremer Beiträge zur Geographie und Raumplanung 18)
- Heberer, Thomas (1991), *Korruption in China. Analyse eines Politischen, Ökonomischen und Sozialen Problems*, Opladen
- Heberer, Thomas (1993), *Transformation des chinesischen Systems oder sozialer Wandel? Eine Untersuchung zum Verhältnis von ökonomischen, gesellschaftlichen und politischen Wandlungsprozessen*. Berichte des Bundesinstituts für ostwissenschaftliche und internationale Studien, 28, Köln
- Heberer, Thomas (1996), "Die Rolle von Interessenvereinigungen in autoritären Systemen: Das Beispiel Volksrepublik China", in: *Politische Vierteljahresschrift*, Heft 2, S.277-297
- Heberer, Thomas (1999), *The Role of Private Entrepreneurship in the People's Republic of China and Vietnam for Social and Political Change*. Southeast Asian Studies Working Paper No. 7, Bonn 1999
- Heberer, Thomas (2000), "Der Funktionsmythos vom Neuen Unternehmer. Unternehmerbiographien zwischen sozialem Mythos und Individualität", in: Roetz, Heiner/Schilling, Ines-Susanne/Neder, Christine, Hrsg., *China und Seine Biographischen Dimensionen. Gedenkschrift für Helmut Martin*, Bochum (in Druck)
- Heberer, Thomas/Kohl, Arno (1999), "Privatisierungsprozesse in Vietnam und ihre soziopolitischen Konsequenzen", in: Vu, Duy Tu/Will, Gerhard, Hrsg., *Vietnams neue Position in Südostasien*, Hamburg, S.157-204
- Heberer, Thomas/Kohl, Arno/Tuong Lai/Nguyen Duc Vinh (1999), *Aspects of Private Sector Development in Vietnam*. Duisburg Working Papers on East Asian Studies, 24, Duisburg

- Heberer, Thomas/Taubmann, Wolfgang (1998), *Chinas Ländliche Gesellschaft im Umbruch. Urbanisierung und sozial-ökonomischer Wandel*, Opladen
- Heinrich, Ralph (1992), "Privatisierung in Polen, Ungarn und der CSFR. Eine Bestandsaufnahme", in: *Die Weltwirtschaft*, S.295-316
- Heinrich, Ralph P. (1994), "Privatisierung in ehemaligen Planwirtschaften: Eine positive Theorie", in: Bieszczyk-Kaiser/Lungwitz/Preusche, S.44-72
- Heinz, Wolfgang S. (1999), "Mittelschichten: ein zentraler Akteur im Demokratisierungsprozeß?", in: Becker, Bert/Rüland, Jürgen/Werz, Nikolaus, S.266-271
- Herno, Rolf (1998), *State-Private Business Interaction in Vietnam: State Management of Network Capitalism*. Paper presented to the 50th Annual Meeting of the Association of Asian Studies, Washington, D.C., March 26-29, 1998
- Heuser, Robert (1999), *Einführung in die chinesische Rechtskultur*, Hamburg
- Hirschman, Albert O. (1982), *Shifting Involvements. Private Interests and Public Action*, Oxford
- Holthus, Manfred/Shams, Rasul (1987), "Anpassungspolitik und Interessengruppen in Entwicklungsländern", in: *Hamburger Jahrbuch für Wirtschafts- und Gesellschaftspolitik*, 32, S.275-289
- Horstmann, Alexander (1997), *Mittelschichten in Südostasien: Gedankliche Konstruktion oder Empirische Wirklichkeit*, Working Paper No. 285, Sociology of Development Research Centre, University of Bielefeld, Bielefeld
- Hoselitz, Bert F. (1963), "Entrepreneurship and Traditional Elites", in: *Explorations in Entrepreneurial History*, 1, S.36-49
- Hoselitz, Bert F. (1969), *Wirtschaftliches Wachstum und Sozialer Wandel*, Berlin
- Hsiao, Hsin-Huang M./Koo, Hagen (1997), "The Middle Classes and Democratization," in: Diamond, Larry/Plattner, Marc F./Chi, Yun-han/Tien, Hung-mao, eds., *Consolidating the Third Wave Democracies. Themes and Perspectives*, Baltimore, London, S.312-333
- Hsiao, Hsin-Huang Michael (1993), ed., *Discovery of the Middle Classes in East Asia*, Taipei
- Jayasuriya, Kanishka (1995), "The Political Economy of Democratization", in: Bell/Brown/Jayasuriya/Jones, S.107-133
- Jayasuriya, Kanishka (1996), "The Rule of Law and Capitalism in East Asia", in: *The Pacific Review*, 3, S.367-388
- Jayasuriya, Kanishka (1999), ed., *Law, Capitalism and Power in Asia. The Rule of Law and Legal Institutions*, London, New York
- Jeong, Yeonsik (1998), *Interest Representation in Socialist Market Economies: A Comparative Study of Civil Society in China and Vietnam* (Diss.), Ann Arbor
- Johnson, Dale L. (1982), *Class & Social Development. A New Theory of the Middle Class*, Beverly Hills, London, New Delhi
- Jones, David M. (1997), *Political Development in Political Asia*, Cambridge, Oxford, Malden
- Jones, David M. (1998), "Democratization, Civil Society, and Illiberal Middle Class Culture in Pacific Asia", in: *Comparative Politics*, January, S.147-170
- Jones, Leroy P./Sakong, Il (1980), *Government, Business, and Entrepreneurship in Economic Development: The Korean Case*, Cambridge/Mass., London.
- Kaplan, Abraham (1964), "Power in Perspective", in: Kahn, Robert/Boulding, Elise, eds., *Power and Conflict in Organizations*, London, S.11-32
- Keller, Suzanne (1963), *Beyond the Ruling Class. Strategic Elites in Modern Society*, New York
- Kent, Calvin A. (1984), ed., *The Environment for Entrepreneurship*, Lexington, Toronto
- Kerbo, Harald R. (1996), *Social Stratification and Inequality. Class Conflict in Historical and Comparative Perspective*, New York, St. Louis, San Francisco et al.
- Kerr, Clark/Dunlop, John T./Harbison, Frederick H./Myers, Charles A. (1994), "Industrialism and Industrial Man", in: Grusky, D., ed., *Social Stratification. Class, Race, and Gender in Sociological Perspective*, Boulder, S.659-669
- Kilby, Peter (1971), ed., *Entrepreneurship and Economic Development*, New York, London
- Koo, Hagen (1991), "Middle Classes, Democratization, and Class Formation", in: *Theory and Society*, 20, S.485-509
- Korff, Rüdiger (1992), *Mach der Symbole; Symbole der Macht. Zur symbolischen Dimension strategischer Gruppen. Working Paper No 166 des Forschungsschwerpunkts Entwicklungssoziologie an der Universität Bielefeld*, Bielefeld
- Lageman, Bernhard/Friedrich, Werner/Döhrn, Werner/Brüstle, Alena/Heyl, Norbert, Puxi, Marco/Welter, Friederike (1994), *Aufbau mittelständischer Strukturen in Polen, Ungarn, der Tschechischen Republik und der Slowakischen Republik*. Untersuchungen des Rheinisch-Westfälischen Instituts für Wirtschaftsforschung, Heft 11, Essen
- Li Lulu (1995), "Shehui ziben yu siying qiyejia - Zhongguo shehui jiegou zhuangxing de techu dongli" (Soziales Kapital und Privatunternehmer - besonderer Motor des Wandels der Sozialstruktur in China), in: *Shehuixue Yanjiu*, 6, S.46-58

- Li Lulu (1996), "Siying qiyejia de shehui jiegou" (Die soziale Struktur der Privatunternehmer), in: Zhang/Li/Xie, S.100-108
- Li Lulu (1998), "Xiang shichang guodu zhong de siying qiye" (Privatbetriebe im Übergang zum Markt), in: *Shehuixue Yanjiu* (Soziologische Studien), 6, S.85-102
- Li Tongwen (1998), Hrsg., *Zhongguo minsheng baogao. Zhongguo shehui ge jieceng de xianzhuang yu weilai* (Bericht über Chinas Volkswohl. Lage und Zukunft aller sozialen Schichten Chinas), Beijing
- Li Xinxin (1994), "Xi woguo siying jingji fazhan zhong de tedian he wenti" (Analyse der Spezifika und Probleme der chinesischen Privatwirtschaft), in: *Zhongguo siying jingji yanjiu wenji* (Sammelband mit Aufsätzen über
- Lipset, Seymour M. (1962), *Soziologie der Demokratie*, Neuwied, Berlin
- Lipset, Seymour M. (1981), *Political Man. The Social Bases of Politics*, Baltimore
- Lissjutkina, Larissa (1997), "Die 'neureichen Russen': Zur Typologie der Unternehmerschaft", in: Sterbling, Anton/Zipprrian, Heinz, Hrsg., *Max Weber und Osteuropa*, Hamburg, S.67-180
- Lu Yusha (1994), "Xin zibenjia de zhengzhi yaoqiu" (Politische Forderungen der neuen Kapitalisten), in: *Dangdai* (Gegenwart), Hongkong, 6, S.4-5
- Lütkenhorst, Wilfried/Reinhardt (1993), Jürgen, "The Increasing Role of the Private Sector in Asian Industrial Development", in: *Intereconomics*, January/February, S.22-30
- Malik, Rashid Abdur (1996), *Entrepreneurship in China: A Tianjin Case Study* (Diss.), Ann Arbor
- Mayer, Adrian C. (1977), "The Significance of Quasi-Groups in the Study of Complex Societies", in: Leinhardt, Samuel, ed., *Social Networks. A Developing Paradigm*, New York, San Francisco, London, S.293-318
- Mi Jianing/Gao Dexiang (1997), "Qiyedia jieceng de shehuixue hanyi" (Die soziologische Bedeutung von Unternehmerschicht), in: *Shehuixue Yanjiu*, 4, S.42-47
- Milanovic, Branko (1989), *Liberalization and Entrepreneurship. Dynamics of Reform in Socialism and Capitalism*, Armonk, London
- Moore, Barrington (1974), *Soziale Ursprünge von Diktatur und Demokratie*, Frankfurt/M.
- Nan Lin (1999), "Building a Network Theory of Social Capital", in: *Connections*, 1, S.28-51
- Neelsen, John P. (1988), "Strategische Gruppen, Klassenbildung und Staat in der Peripherie. Eine Kritik des Bielefelder Ansatzes", in: *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, 40, S.284-315
- Neelsen, John P. (1989), "'Determinismus', 'Teleologie', 'Mystifizierung'? Zum Empirismus des Konzepts der strategischen Gruppen. Eine Duplik", in: *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, 41, S.555-562
- Olson, Mancur (1985), *Die Logik kollektiven Handelns. Kollektivgüter und die Theorie der Gruppen*, Tübingen.
- Parsons, Talcott (1967), "On the Concept of Political Power", in: ders., *Sociological Theory and Modern Society*, New York, London, S.297-354
- Pettigrew, Andrew/Ferlie, Ewan/McKee, Lorna (1992), *Shaping Strategic Change. Making Change in Large Organizations*, London et al.
- Pfennig, Werner (1999), "Anmerkungen und Fragen zu Mittelschichten", in: Becker, Bert/Rüland, Jürgen/Werz, Nikolaus, S.272-282
- Pham Van Pho (1992), "Economic Reform and Entrepreneurship Development in Vietnam", in: *Public Enterprise*, 1-2, S.78-84
- Powell, Walter W./Smith-Doerr, Laurel (1994), "Networks and Economic Life", in: Smelser, Neil/Swedberg, Richard, eds., *The Handbook of Economic Sociology*, Princeton, New York, S.368-402
- Professionalisierung von Unternehmern), in: *Zhongnan Minzu Xueyuan Xuebao* (Zeitschrift des Nationalitäteninstituts Zentral-Süd), 4, S.127-129
- Qin Nanyang (1999), "Lun siying qiyezhuzhu de zhengzhi canyu" (Politische Partizipation von Privatunternehmern), in: Zhang/Ming, S.103-117
- Radford, K.J. (1988), *Strategic and Tactical Decisions*, New York, North York
- Reese, Pat Ray/Aldrich, Howard E. (1995), "Entrepreneurial Networks and Business Performance", in: Birley, Sue/MacMillan, Ian C., eds., *International Entrepreneurship*, London, New York, S.109-123
- Renmin Ribao* (Volkszeitung), Beijing
- Robison, Richard/Goodman, David S.G. (1996), *The New Rich in Asia*, London, New York
- Róna-Tas, Akos (1994), "The First Shall be the Last? Entrepreneurship and Communist Cadres in the Transition from Socialism", in: *American Journal of Sociology*, July, S.40-69
- Róna-Tas, Akos (1995), "The Second Economy as a Subversive Force: The Erosion of Party Power in Hungary", in: Walder, Andrew G., ed., *The Waning of the Communist State. Economic Origin of Political Decline in China and Hungary*, Berkeley, Los Angeles, London, S.61-84
- Ronnas, Per (1998), *The Transformation of the Private Manufacturing Sector in Vietnam in the 1990s*. Stockholm School of Economics Working Paper Series in Economics and Finance No. 241
- Rüland, Jürgen (1997), "Wirtschaftswachstum und Demokratisierung in Asien: Haben die Modernisierungstheorien doch recht?", in: Schulz, Manfred, Hrsg., *Die Perspektive der Entwicklungssoziologie*, Opladen, S.83-110

- Rüland, Jürgen (1999), "Janusköpfige Mittelschichten in Südostasien", in: Becker, Bert/Rüland, Jürgen/Werz, Nikolaus, S.41-75
- Rutten, Mario/Upadhyay, Carol (1997), eds., *Small Business Entrepreneurs in Asia and Europe. Towards a Comparative Perspective*, New Delhi, Thousand Oaks, London
- Schak, David (1994), ed., *Entrepreneurship, Economic Growth and Social Change*, Queensland
- Schubert, Gunter/Tetzlaff, Rainer/Vennevald, Werner (1994), *Demokratisierung und politischer Wandel. Theorie und Anwendung des Konzeptes der strategischen und konfliktfähigen Gruppen*, Münster
- Schumann, Dirk (1992), *Bayerns Unternehmer in Gesellschaft und Staat 1834-1914*, Göttingen
- Sexton, Donald L./Smilor, Raymond W. (1986), eds., *The Art and Science of Entrepreneurship*, Cambridge/Mass.
- Siehl, Elke (1998), *Privatisierung in Rußland. Institutioneller Wandel in ausgewählten Regionen*, Leverkusen
- Sloane, Patricia (1999), *Islam, Modernity and Entrepreneurship among the Malays*, Houndmills, Basingstoke, New York
- Sombart, Werner (1909), "Der kapitalistische Unternehmer", in: *Archiv für Sozialwissenschaft und Sozialpolitik*, Bd. XXIX, Tübingen, S.689-758
- Sullivan, John D. (1994), "Democratization and Business Interests", in: *Journal of Democracy*, 4, S.146-160
- Sun Liping/Li Qiang/Shen Yuan (1999), "Major Trends and Hidden Concerns in China's Social-Structural Transformation for the Short- and Mid-Term Future", in: *The Chinese Economy*, 3, S.5-55
- Sun Tzu (1990), *Wahrhaft siegt wer nicht kämpft*, Freiburg
- Sundhausen, Ulf (1991), "Democracy and the Middle Classes: Reflections on Political Development", in: *Australian Journal of Politics and History*, 37/1991, S.100-117
- Szelenyi, Ivan (1988), *Socialist Entrepreneurs. Embourgeoisement in Rural Hungary*, Cambridge, Oxford (Polity Press).
- Tanner, Murray S. (1999), *The Politics of Lawmaking in Post-Mao China. Institutions, Processes and Democratic Prospects*, Oxford
- Thompson, Grahame/Frances, Jennifer/Levacic, Rosalind/Mitchell, Jeremy (1991), eds., *Markets, Hierarchies and Networks. The Coordination of Social Life*, London, Newbury Park, New Delhi
- Thompson, Mark R. (1999), "Mittelschichten und Demokratie: Soziale Mobilität und politische Transformation," in: Becker, Bert/Rüland, Jürgen/Werz, Nikolaus, S.14-40
- Tian Weidong (1997), "Siying qiyezhuzhu jieceng shuxing zhi wo jian" (Meine Meinung über die schichtenmäßige Zugehörigkeit der Privatunternehmer), in: *Lilun Qianyan* (Theoretische Vorfront), 12, S.16
- Tyson, James/Tyson, Ann (1995), *Chinese Awakenings. Life Stories from the Unofficial China*, Boulder, San Francisco, Oxford
- Unger, Jonathan (1996), "'Bridges': Private Business, the Chinese Government and the Rise of New Associations", in: *The China Quarterly*, September, S.795-819
- Vanhanen, Tatu/Kimber, Richard (1994), "Predicting and Explaining Democratization in Eastern Europe", in: Pridham, Geoffrey/Vanhanen, Tatu, eds., *Democratization in Eastern Europe. Domestic and international perspectives*, London, New York, S.63-96
- Viet Nam News*, Hanoi
- von Senger, Harro (1994), *Strategeme*, Bern, München, Wien
- von Winter, Thomas (1997), " 'Schwache Interessen': Zum kollektiven Handeln randständiger Gruppen", in: *Leviathan*, 4, S.539-566
- Wald, H. J./Menkhoff, Thomas (1997), eds., *Konfuzianischer Kapitalismus in Ost- und Südostasien*, Bad Honnef
- Wang Gan (1998), 'Friends Eating Together': *Banqueting and Networking for Entrepreneurs in Shenzhen*, Paper presented to the 50th Annual Meeting of the Association for Asian Studies, Washington, DC, March 26-29, 1998
- Wank, David L. (1995), "Bureaucratic Patronage and Private Business: Changing Networks of Power in Urban China", in: Walder, Andrew G., ed., *The Waning of the Communist State. Economic Origin of Political Decline in China and Hungary*, Berkeley, Los Angeles, London, S.53-183
- Weber, Max (1964), *Wirtschaft und Gesellschaft*, 2. Halbband, Köln/Berlin
- Wei Jiafu (1999), "Qiyejia xuyao shenme suzhi" (Welche Qualitäten Unternehmer benötigen), in: *Renmin Ribao*, 27.12.
- Werhahn, Peter H. (1990), *Der Unternehmer. Seine ökonomische Funktion und gesellschaftspolitische Verantwortung*, Trier
- White, Gordon/Howell, Jude/Shang Xiaoyuan (1996), *In Search of Civil Society. Market Reform and Social Change in Contemporary China*
- Wright, Mike/Filatov, Igor/Buck, Trevor (1996), "Entrepreneurs and Privatized Firms in Russia and Ukraine: Evidence on Performance", in: *Frontiers of Entrepreneurship Research*, S.644-668
- Yu Shaowen (1997), "Qiyejia yu quanli zhihuihua" (Unternehmer und die Weisheit der Rechte), in: *Zhongguo Gongshang Bao*, 6.11
- Zhang Houyi/Ming Lizhi (1999), Hrsg., *Zhongguo siying qiye fazhan baogao* (Entwicklungsbericht über Chinas Privatunternehmen) 1978-1998, Beijing

- Zhang Wanding/Li Dan (1998), "Qiyejia zhineng, jue se yi tiaojian de tantao" (Erörterung der Funktion, Rolle und Bedingungen der Privatunternehmer), in: *Jingji Ribao* 8, S.29-33
- Zhang Xuwu/Li Ding/Xie Minggan (1996), *Zhongguo siying jingji nianjian* (Jahrbuch der chinesischen Privatwirtschaft), Beijing
- Zhang Xuwu/Xie Minggan/Li Ding (1994), eds., *Zhongguo siying jingji nianjian* (Yearbook of the Chinese private economy), Hongkong
- Zhongguo Gongshang Bao* (Zeitung für Industrie und Handel Chinas), Peking
- Zhongguo Qiyejia* (Chinas Unternehmer), Beijing
- Zhongguo qiyejia diaocha xitong (1998a) (Untersuchungsnetz chinesischer Unternehmer), Hrsg., *Zhongguo qiyejia duiwu chengzhang yu fazhan baogao* (Bericht über Wachstum und Entwicklung des chinesischen Unternehmertkontingents), Beijing
- Zhongguo qiyejia diaocha xitong (1998b) (Untersuchungsnetz über chinesische Unternehmer), 1998 *Zhongguo qiye jingying guanlizhe chengzhang yu fazhan zhuan ti diaocha baogao* (Sonderuntersuchungsbericht über das Heranwachsen und die Entwicklung von Managern chinesischer Betriebe), Beijing
- Zhongguo qiyejia diaocha xitong (Untersuchungsnetz über chinesische Unternehmer) (1997), 1997 *nian qiye jingyingzhe wenjuan diaocha baogao* (Untersuchungsbericht über eine Befragung von Betriebsmanagern per Fragebogen im Jahre 1997), Beijing
- Zhongguo renkou tongji nianjian 1996* (1997) (Statistisches Jahrbuch zu Chinas Bevölkerung), Beijing
- Zhongguo shehui fazhan yanjiu" ketizu (Arbeitsgruppe "Studien zur Entwicklung der chinesischen Gesellschaft") (1997), "Zhongguo gaige zhongqi de zhidu chuangxin yu mianlin de tiaozhan" (Neues System und seine Probleme in der mittleren Reformperiode Chinas), in: *Shehuixue Yanjiu*, 1, S. 3-15
- "Zhongguo siying qiye yanjiu" ketizu" (Verfassergruppe "Studien über die chinesischen Privatbetriebe) (1999), "1997 nian quan guo siying qiye chouxiang diaocha shuju ji fenxi" (Daten und Analyse der Erhebung unter Privatunternehmen im Jahre 1997), in: Zhang/Ming, S.131-166
- Zhongguo tongji nianjian* (1995-99) (Statistische Jahrbücher Chinas), Beijing (verschiedene Jahrgänge)
- Zhonghua Renmin Gongheguo xianfa* (Verfassung der Volksrepublik China) (1999), Beijing
- Zhou Xueguang (1993), "Unorganized Interests and Collective Action in Communist China", in: *American Sociological Review*, vol. 58, S.54-73
- Zhu Guanglei (1998), *Dangdai Zhongguo shehui ge jiecheng fenxi* (Analyse aller Schichten der gegenwärtigen chinesischen Gesellschaft), Tianjin
- Zschoch, Barbara (1998), *Entwicklung von Kleinunternehmen in Rußland*, Frankfurt/M.

Autor

Thomas Heberer ist Professor für Politikwissenschaft mit dem Schwerpunkt Ostasien und Direktor des Instituts für Ostasienwissenschaften an der Gerhard-Mercator-Universität Duisburg.

e-mail: heberer@uni-duisburg.de